

نقد المركبة الغربية

مركبة الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم

الجزء الثالث



مجموعة مؤلفين

تقديم وتحرير د. محمود حيدر

نقد المركبة الغربية

مركبة الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم



نقد المركزيّة الغربيّة

مركزيّة الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم

الجزء الثالث

مجموعة باحثين



نقد المركبة الغربية / مجموعة باحثين ؛ تقديم وتحرير د. محمود حيدر. الطبعة الاولى. النجف، العراق : العتبة العباسية المقدسة، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، 2025.

4 مجلد : 24 سم. (المشروع التأسيسي لعلم الاستغراب)
يتضمن إرجاعات ببليوجرافية.

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 المركبة الغربية «مركزية الإعلام والميديا كأداة سيطرة على العالم»

تأليف: مجموعة باحثين

الإشراف العلمي: الشيخ حسن الهادي

تحرير وتقديم: د. محمود حيدر

الناشر: العتبة العباسية المقدسة / المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

الطبعة الأولى / ٢٠٢٥ م

المحتويات

كلمة المركز.....	٧
مقدمة الكتاب: إمبريالية الكلمة والصوت والصورة	١١
محمود حيدر.....	
الفصل الأول:	
الميديا كمفهوم وتجربة في مركزية الغرب	
مفهوم الميديا والخلاف بتصده	
جان دافالون.....	٢١
الميديا بوصفها مفهوماً مركزياً للغرب المعاصر	
خضر إ. حيدر	٥٥
الميديا بين التصنيع والتصنيم رهانة التسلط الأميركي والإرهاب	
عامر عبد زيد الوائلي.....	٨٧
الإمبريالية الرقمية دور الخوارزميات والبرمجة في الحرب الناعمة	
مريم رضا خليل	١١٣
الفصل الثاني:	
المركز الغربي وخطاب الميديا الثقافي	
الغرب الرقمي وثقافة الميديا الأصول اللائقية للمركزية الأوروبية	
عمر الأمين أحمد عبد الله	١٥٥
خطاب الكراهية كمؤسس الاستعمار الإعلامي، عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل	
سعد عبد السلام.....	١٧٩
الميديا كأداة إرهاب ثقافي في المركزية الغربية الإعلام الأميركي نموذجاً	
علي قصیر.....	٢١١
نقد أخلاقيات الميديا دعاوى التنظير ومبررات التفعيل	
بهاء درويش	٢٤٥
إمبريالية العالم الافتراضي الميديا الغربية وتأثيراتها على المجتمعات المدنية	
صابرین زغلول السيد	٢٦٩

الفصل الثالث:

نقد الميديا الاستعمارية

الميديا اليهودية ملحمة التضليل الكبرى في السيطرة على العالم

حضر إبراهيم ٢٩٣

نقد الواسطية الميديائية مخاطر تحويل الإنسان إلى كائن افتراضي

جميل قاسم ٣٢٥

مارسيل غوشيه قارئًا عالم الميديا ضرورة التفكّر بمجتمع وسائل الإعلام

مارسيل غوشيه ٣٣٧

إمبريالية الفن السابع مجتمعنا في مرمى هوليود

حيدر محمد الكعبي ٣٥٩

الميديا الجديدة إعادة تشكيل الخبر والمجتمع والعالم

محمود بري ٣٨٥

الفصل الرابع:

مناقشات نقديّة للميديا

الميديا الغربية بين أداء النجاح وخواص المعرفة وقائع مؤتمر باريس النقدي للإعلام العالمي

غويلان شيفريبي ٤٠٩

الميديا كمتلاعب بالعقل بنية الهيمنة الإعلامية في أعمال بيير بورديو

أحمد عبد الحليم عطية ٤٥١

كلمة المركز

ما كان لمفهوم المركزية الغربية أنْ يصير ظاهرة في الواقع التاريخي للعالم المعاصر، لو لا سلسلة من التحوّلات الكبرى جرت وقائعها في جغرافيات الغرب على امتداد خمسة قرون متّصلة. ولو عainاً المدوّنة المعجميّة الأوروبيّة في حقوقها المختلفة، الفلسفية والثقافية والسوسيولوجية والاقتصادية والسياسيّة، فإنّنا نكاد لا نعثر عليه كمصطلح قائم بذاته، كما هو واقع الحال مع المصطلحات والمفاهيم المتّرعة من فضاء الحداثة. السبب في ذلك يعود في الغالب الأعم إلى طبيعته التوصيفيّة للحالة التاريخيّة الغربية أكثر مما هو منحوتة - اصطلاحية تحكّي ما يريد الغرب لنفسه؛ أي إنّا سنكون أمام لوحة لا تتناهى في توصيف أحوال الغرب وسلوكه، سواء حيال نفسه أو حيال جهات العالم الأخرى، الأمر الذي يفضي إلى استنتاج مرّكّب، مؤّدّاه الآتي، من وجوه أنَّ المركزية الغربية، التي خلعت على أوروبا كنعتٍ لحقبها المعاصرة، قد اكتسبت ماهيتها وهوبيّتها من تموّضها المتدرّج في النظام العالمي. ومن وجوه ثانٍ، إنّها اتّخذت مفهومها بأبعاده الدلاليّة والاصطلاحية مما ترّتب على تموّضها من آثار في الميدان الجيوّستراتيجي في الحروب الاستعماريّة المتواترة، لكنَّ منبت الجدل الذي يطلقه مصطلح المركزية الغربية، هو أنَّه حاصل خطبة فكريّة وفلسفية وسياسيّة مضت بعيداً في توسيع أطروحة العنف التي أخذت بها أوروبا الحديثة لتسويغ تمدّدها الاستعماري الاستيطاني إلى ما سميّ بعالم الأطراف.

من مفكّري الغرب وعلمائه من هالهم التناقض الحاصل بين مدعّيات الأنسنة والعقلانية والتنوير، والمسلك التقويضي الاستعماري تجاه الأعراق غير الأوروبيّة. إلّا أنَّ الخطاب التساؤلي، وأحياناً النقيدي لهؤلاء، لم يكن له أثر جوهري في تصويب سلوك الطبقات الحاكمة، كما لم يبدّل من ضراوة التمرّكز

حول الذات ونزعاتها الاستعلائية، حتى إن هنالك من رأى إلى هذا التناقض بأنَّ عقل الغرب بات منحکماً إلى ذهنية انفصامية لا شفاء منها، ذلك أنه لا يتعلّق فقط بإعادة إحياء الوثنية الموروثة من السلف الإغريقي عبر الإصرار على العلمنة الحادّة، بل أيضًا وأساسًا من تضيّع الأنانية الحضارية التي بلغت ذروتها مع الامتداد الكولونيالي نحو العالم.

مؤدّى ما سنتهي إليه إيديولوجية التمرّز، أنَّ التفكير الاستعماري العنصري هو حيّز معرفيٌّ متّصلٌ في منطق الغرب ومناهج تفكيره، ولو كان من استدلالٍ أولٍ على هذا المدعى، فسنجد في درج عليه جمّعٌ 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 سياسية عنصرية أجرت تصنيفاً هرّمياً للجماعات البشرية، لا سيّما مبدأ الأرقى والأدنى، الذي كان له عظيم الأثر في تحويل نظرية الشّوّه والارتقاء الداروينية إلى إيديولوجيا للعنف والإفقار الجماعي. أحد أكثر التصنيفات حدةً للمجتمعات غير الغربية، ذلك الذي تزامن مع نمو الإمبرياليات العابرة للحدود، ولقد كان من تمظّرات هذا التمدد على وجه الخصوص، ملحمة الاستشراق التي سرت كترجمة صارخةً لغربيةٍ إنكاريةٍ لم تشاُنْ ترى إلى كل آخر حضاريٍّ إلّا بوصفه كائناً مشوّباً بالنقص. لهذا ما كان غريباً أنْ تتحول هذه الغيرية الإلغاية إلى عقدة «نفسٍ حضاريٍّ» ليس منها بارقة أمل بشفاء، وما جعل الحال على هذه الدرجة من الاستعصاء، أنَّ العقل الذي أنتج معارف الغرب ومفاهيمه، كان يعمل في أكثر وقته على خطٍّ موازٍ مع السلطة الكولونيالية، ليعيدها معًا إنتاج إيديولوجيا لمركزية تنفي الآخر و تستعلي عليه. تتغيّر هذه السلسلة «نقد المركبة الغربية» الإحاطة المعرفية والنقدية بوحدة من أبرز وأهم تحولات تاريخ الغرب الحديث، والمالات التي بلغها في حقول

الفكر والفلسفة والاقتصاد وال العلاقات الدولية. ولعل في أطروحة «المركزية الغربية» ما يعكس لحظة مفصلية بدأت إرهاصاتها المعاصرة مع ظهور ما يسمى الاستعمار الجديد. غير أنَّ الجنور الفلسفية والفكريَّة راسخة ومتجلَّدة في العقل الذي أسس لحضارة استعلائية عنصرية، تنظر إلى نفسها بوصفها الحضارة المنقذة للأمم البشرية كلَّها.

الحمد لله رب العالمين

المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

مقدمة الكتاب: إمبريالية الكلمة والصوت والصورة

محمود حيدر^١

قد لا يكون أمراً مفارقاً للصواب حين يجري التأكيد على التلازم الوطيد بين الميديا ومركزية الغرب، ما يعني أنّ الميديا ليست مجرد اصطلاح يعكس مفهوماً محايداً 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، إلّا لكونها تعبيراً عما شهدته خريطة العالم إثر سلسلة متصلة 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 تطورات الحداثة وتمرّزها في قلب العالم الجديد. وبهذا سيكون بديهياً 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 افتراضيٌ كما قرر المحدثون من أهل الاصطلاح، أم هي عالمٌ حقيقيٌ يترجمه نمطٌ حياةٌ بالغ الكثافة والتعقيد في الأزمنة المعاصرة؟..

مثل هذا السؤال يختزن - كما هو بيّن - ضرباً من التشكيك بصوابيّة التعريف، فالناظر في أفعال الميديا وأثارها والواقع الناشئ منها، لا يلبث حتّى 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: إنّها الرغبة الجامحة بإغراق العالم بظفاف غير مسبوق من الأظلة والأصوات والأصداء والصور والمعلومات، كما لو أنّ الآخدين بناصيتها أرادوا أن تفصّح الحداثة الفائضةُ عما تبقي من أسرارها بعدما أعلنت عن نهاية التاريخ. فالليبرالية الجديدة، وقد فاضت عن نفسها حتّى صاق صدرها، لم تعد تقدر على الصبر طويلاً لتسوّغ دعاوتها وتعلن سيادتها على قارّات الأرض الخمس.

في مستهل القرن الحادي والعشرين كشفت الميديا عن أعمق أسرار الحداثة، لمّا أضافت نظرية «القوّة اللينة» إلى منهج التطويق القهري للغير على امتداد الأزمنة الاستعمارية المتعاقبة. وهي النظرية التي يجوز لنا أن نعبر عنها في عالم الميديا بـ«ثقافة الومضة»؛ إذ مع هذه الثقافة التي ولدت على حين بعثة جرّاء الدفق الهائل للمعلومات بات المواطن العالمي يشعر أنّ لا حيلة له سوى التماهي مع سيولها العارمة.

هذه الوضعية المستحدثة التي جيء بها إلينا على صهوة الميديا، سوف تدعونا إلى التعرُّف على الأصل الذي منه ولدت «ثقافة الومضة». لكن معرفة الأصل، تفترض العودة، ولو قليلاً، إلى التأسيس الأنطولوجي للخطاب الإعلامي الغربي. الابتداءات الفعلية لهذا التأسيس جرت مع حداثة أقامت فلسفتها على اليقين بأنّ الإنسان يستطيع معرفة كلّ الأشياء في حدّ ذاتها؛ وأنّ العلم والتفكير العلمي قادران، دون سواهما، على أن يحدّدا ما ينبغي علينا أن نقبله على أنّه حقيقي.. وأنّ ما يتّصل بالمعاني والقيم الروحانية، إنّ هي إلّا متغيرات في كيمياء الدماغ التي تتفاعل مع مجموعة من القوانين الميكرو-بيولوجية المرتبطة بتطور الإنسان. ولكن.. ما حدث في «المابعد» سيفتح الباب على إمكان تبديد هذا اليقين. فلم

يكد يتسنى للحداثة الغربية أن تحشر الإنسان المعاصر في عالمه الأرضي وتدفعه مجدداً نحو العدمية، حتى جاء من أهلها من يُخِرُّ عن استحالة هذا المدعى. جمُعٌ من مفكري الغرب المتأخرين وفلاسفته ذهبوا إلى القول: إن العقل المحسن الذي يُعاد إنشاؤه في مواجهة الصعود المتجدد للميتافيزيقا الدينية بات قاصرًا عن تلبية مقتضيات الحضارة الحديثة. وكان أن ثُبِّتَ 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 تفرضها 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.

لمّا استشرعت الحداثة بنسختها النيوليبرالية مأزقها الأصليّ، أي البحث الشاقّ عن بدءٍ جديد، راحت تحت السير نحو انعطافه تمنحها القدرة على ترميم صدوعها، وإعادة تشكيل العالم الجديد طبقاً لأغراضها. لقد وجدت في «العلومة» ضالتها الكبرى لتعثر على هذه الانعطاف. ألقت بجميع أثقالها داخل شبكة عنكبوتية من الأنباء والمعلومات والصور والرموز، وحوّلتها إلى منظومة للتحكّم والسيطرة. استعملت النيوليبرالية منظومتها المستحدثة بغلوّ صارخ، وراحت تزيل الستر عن الأصل الذي جاءت منه، ثم لترمي به في العراء. سوى أنّ الأثير اللامتناهي الذي أطلقته الحداثة الفائضة، من أجل أن تهيمن على العقول والمشاعر، سيكون له ارتدادات انقلابية على منتها الأصليّ. ظنّت أنها بتوسيط الميديا تستطيع أن تبُشّر العالم كله بمشروعها الإنقاذي، ثم انبرت تقنع البشرية بأنّ روح الغرب هي روح التاريخ الإنساني كله، وأن كلّ شيء في العالم الحديث بات رهن قِيمها وأحكامها.

حاصل التجربة التي لم تأخذ الكثير من الوقت، كان في جانب أساسي منه مخبيًّا للآمال؛ فلو حسِبت حكومات الحداثة ما ستؤول إليه أحوالها لحظة انفجار ثورة الاتصالات، لانعطفت عن مسارها واجتنبت سوء الخاتمة. ربما غفلت عمَّا نبَّه إليه بعض نقَاد «الميتافيزيقا البتراء» وفي مقدِّمهم فريديريك نيتشه، من آنه «بالمعرفة الكاملة بالأصل يزداد هذا الأصل تفاهة». ومرامُه في ذلك، أنَّ الفكرة المؤسِّسة للتنوير أخذت تهبط إلى أدنى حدودها، وتفقد جاذبيَّة احتواها على السر لِمَا أصبح أصلها معروفاً.

بمحض إرادتها أطلقت الحداثة الفائضة عن طريق الميديا كمًّا ضخماً مما اخترنته على مدى قرون من قيم ومعارف وأسرار. لقد أمست التلفزة الكونيةة - على سبيل المثال - معادلاً تكنولوجياً للإيديولوجيات الليبرالية الصارمة. باتت أشبه بتقنية أسطورية تستند إلى جماهير عريضة، تتكاثر كلَّما تطور سلطانها المعنويِّ.

كممثل لعمل هذا «الكائن الأسطوري المضلل» يحضرنا ما ذكره مرَّةً أحد منتجي البرامج التلفزيونية في القناة الفرنسية الأولى: «كلَّما كان مستوانا متديناً وماديًّا، جلبنا عدداً أكبر من المشاهدين. أضاف: هم على الأقل لا يفگرون، فلتتوقف إذن عن لعب دور الوعاظ»...

لهذه الغاية سعت مراكز التحكُّم بعالم الميديا إلى بُثٍ كلَّ ما يشجع على القبول الأعمى بالمنتج الأثيريِّ، وهذا بالضبط ما كان لاحظه الفيلسوف الفرنسيِّ الراحل روجيه غارودي في بداية التسعينيات، لمَّا بينَ أنَّ فلسفة الإعلام في الغرب تنطوي على تحريض دائم وحاسم من أجل تجنيد المشاهدين بالإغراء، ودعوة إلى الغوغائية والخمول، والتوجُّه نحو رأي عام تتلاعب به الدعاية والإعلانات. أراد غارودي أن ينبه إلى أنَّ التلفزيون نفسه لا يقصُّ حكاية التاريخ، ولكنَّه يصنعها

بالتلاعُب بها، بمعنى أنَّه يستسلم إلى انحرافات السوق، وإلى تهديم كُلَّ روح ساعية إلى النقد الخلاَق، وكُلَّ فكر يشعر بالمسؤولية.

١. فتنة الأخبار العاجلة

من غوايات العالم الافتراضي وأضاليله، ذاك الذي يطلُّ عليك من دون استئذان بعبارة «الخبر العاجل»، وهذا النوع من المبالغة الذي يملأ فضائيات العالم وبجميع اللغات يبدو باعثاً على سلوى المشاهدة، ولو كان خطباً جللاً مثقالاً بالضحايا. حتّى لقد غدت الكلماتُ المعدوداتُ أسفل الشاشة أدنى إلى «طقس نفسيّي»، يتلقّفُ المشاهدون عن ظهر قلب.

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

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

ولئن قال قائل إنَّ مهمَّة الخبر هي ملء المساحة المجهولة من مجريات الأحداث، ومن حقّ الجمهور التعرّف على ما لا يعلم، فقوله صحيح في المبدأ. لكن الصحيح أيضًا وأساسًا يكمن في الكيفية المهنية والأخلاقيَّة التي تقدم 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 منزهة عن الأغراض، فإنه على ضرورته في تغطية الأحداث، لا ينبغي أن يفارق القاعدة الكلية التي تحكم فلسفة الإعلام، وهي الحرية المقرونة بالمسؤولية، والمسؤولية هنا هي شأن معنوي وأخلاقي قبل أي شأن آخر.. فعلى أرض هذه المسؤولية يمكن إجراء الأحكام على أخلاقية أو لا أخلاقية الخبر على أنحائه المختلفة. من هنا مسّت الحاجة إلى وجود «قانون للسلوك الحسن»، وهو سلوك ينبغي أن يكون مؤسساً على أخلاق عالمية في الحد الأدنى، يتم تحديدها وتفرض على الإمبراطوريات الإعلامية، سواء على سلوكهم في ما بينهم، أو في العلاقة مع الآخرين.

المرارة التي يفصح عنها مثقفون غربيون حيال واقع الميديا في مجتمعاتهم مردّها إلى استشعارهم أنّ الحضارة الغربية ت نحو بسرعة مذهلة نحو الاضمحلال الأخلاقي، حتى أنّ كثيرين منهم راحوا يصفون مستهلّ القرن الحادي والعشرين بأنّه عودة متجدّدة إلى عصر فساد التاريخ وتدوره، كما كان الأمر زمان انحطاط الرومان، وأنّ هذا التدهور الموسوم بهيمنة تقنية وعسكرية ساحقة لا يحمل أي مشروع إنساني قادر على إعطاء معنى للتاريخ وللحياة.

الوجه اللافت في النقد الغربي لـ«الميديا» يمكث في بعده الأخلاقي والقيمي، وهذا جدير بالاعتناء والتقويم من جانب النخب العربية والإسلامية لما له من أثرٍ بين في التعرّف على طبائع النقاش الجاري اليوم في البيئات الثقافية الغربية. ومثل هذا النقد سوف يتّخذ حيزاً أكثر عمقاً في قيمته، حين يصوّب على ماهية الأخلاق. من النقاد من يشير إلى الطابع الفلسفـي للسؤال، فيلاحظ أنّ ما يخصّنا، هو ذاك الذي يتعلّق بسؤال الخير والشرّ، وبكلّ ما يستحقّ العناية على صعيد القيم أيضـاً، مثل الحق والجميل، والشجاعة والشرف، والتضحية بالنفس...، ولغياب الضوء الكاشف يعود كثيرون من علماء الاجتماع والأخلاق في الغرب إلى إعادة إحياء

ما يعتبرونه المعيار الأولي للخير العام. وهو ما يوفره لهم مبدأ كانط الأخلاقي: «تصرف كما لو أنك تستطيع أن تجعل من مبدأ فعليك قاعدة كونية».

وبعد...

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

الفصل الأول:
الميديا كمفهوم وتجربة في مركبِيَّةِ الغرب

مفهوم الميديا والخلاف بصدده^١

جان دافالون^٢

تمهيد

لوركز الباحثون في علوم الإعلام والاتصال، ولو قليلاً، على كلمة «توسيط»، فسيظهر على الفور مباشرة الحضور القوي، لهذه الكلمة في مفرداتهم. هذا الحضور يأخذ تارة شكل استخدام بسيط للكلمة في معناها الشائع، وتارة شكل استخدام مخصوص، ليدل على مساقٍ متّميّز بحضور طرف ثالث، وطوراً أخيراً، محاولة تعريف نظريٍّ للكلمة. نقترح هنا، اعتبار هذه الاستخدامات المختلفة، علامة ابتكاق طريقة جديدة للتفكر بالاتصال. ومن المؤكّد أنّ هؤلاء الباحثين، رجعوا بقوّة إلى تعريف فلسفيٍّ للتوسيط، ولكن الإضاءة، التي يحملها التفّحص نفسه لهذه المرجعية، يدلّ بشكل خاصّ، على أنّه إلى جانب التعريفات التقليدية للاتصال، كنقل للمعلومات أو كتفاعل اجتماعيٍّ، 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 فرنسيٍّ، أستاذ فخريٍّ في قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة «أفينيون»

.Avignon

لقد عرف تصوّر «التوسّط»، خلال السنوات العشر الأخيرة غنىًّا لا سابق له، ببعض استخداماته هي، بكلٍّ ووضوح، بعيدة كثيًّراً عن أيٍّ تفكير حول الموقع العلميّ للكلمة. فإذا ما تكلّمنا على وسيط الجمهوريّة أو على نظام التوسيط القضائيّ أيضًا، فهل ثمة ما هو مشترك بينهما، وبين التوسيط الثقافيّ مثلًا؟

إنَّ الوسائل الأولى هي: سلطات منظمة اجتماعية بين أشخاص في حالة خصومة، أو من لديهم مصالح متباعدة—سلطات بوضعية ثالثة—هي في آن حياديّة، وتحظى بسلطة ويرتكز تأثيرها في إمكانية إيجاد تفاهم بين الأطراف المتنازعة، آملة أن تسمح لهم بالخروج من وضعية النزاع، لا شيء من ذلك في التوسيط الثقافيّ. ليس ثمة أيٍّ وضعية نزاع، ثمة فقط غياب ومسافة. أمّا بالنسبة لوجود طرف ثالث، يُدرِكُ عمومًا كأحد المعطيات المكونة للتتوسيط، فهل في ذلك ما يكفي لسمح بتعريفه؟

لنتوقف عند التوسيط الثقافيّ، حيث إنَّه يمكن بالتأكيد، أنْ يُعرَف وظيفيًّا: بأنه يهدف إلى إيصال جمهور إلى أعمال ثقافية (أو معارف)، ويرتكز تأثيره في إقامة مساحة مشتركة، بين هذين العالمين الغريب أحدهما عن الآخر (عالم الجمهور وعالم الموضوع الثقافيّ)، هادفًا بدقة إلى تملّك الأول للثاني. وفي المجال التطبيقيّ، لا يقلُّ اشتتماله على أشياء مختلفة، كالاختلاف الوظيفيّ للوسائل (المتحف أو التراث على سبيل المثال)، شكل تأثير ثقافيٌّ مقابل تنشيط ثقافيٌّ، إقامة علاقة بالفن، تصوّر وإنجاز منظمات وأعمال فنيّة بغية عرض الفنَّ على الجمهور، وشرحه الخ. إنَّنا ندرك ذلك، فما أنْ يُعاد وضع التعريف في سياقه، حتَّى يتحدَّد موقعه، وما إن يظهر مقتدرًا على فعل مصالحة حتَّى ينفطر، ليدلُّ على حقائق جدًّا مختلفة. إن مثل هذا التناحر يُترك لمن لا يحلمون كثيرًا: ما جعلني أُعترف أنَّني بقيت مدة طويلة مرتَابًا—كي لا أقول بصرامة حذرًا—حيال فكرة تقدُّم

السهولة، في تصنيف ظاهرات وأعمال أو أشياء، ولكن تعرض عيب التهرب، 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 وفائدة العلمية؟ إننا نستطيع بالتأكيد، أن نرى في ذلك، فعل تمرين، أو طريقة ذات علاقة جزئية، مع تطور استخدام الكلمة في المجتمع. ونستطيع في المقابل، أن نحاول تقويم المفهوم أو تأسيسه. المسعى الذي سأتبّعه هنا سيكون أكثر قرّباً من الأسئلة التي تواجه الباحث، بشكل محسوس، إذا ما وُجّه بحقيقة استخدام أو عدم استخدام هذه الفكرة. سنتكون نقطة انتلاقي، القرار الذي اتخذته باللجوء إلى هذه الكلمة، للدلالة على العملية الرمزية، لإنشاء علاقة بين عالم الزائر، وعالم العلم، من خلال عرض العلم (دفالون¹ مذكور من خلال ١٩٩٩ a: ٧٥ ملحوظة ٥٢) مُترافقاً في مرحلة ثانية، بقرار توسيع استخدامه حتىّ وبعد الرمزي للعمل الإعلامي للعرض (دفالون ١٩٩٩ a: المقدمة: ٢٠٠٣).

ولكن، بما أنّ غرضي، ليس الدفاع أبداً، ولا إيضاح هذا القرار، سأبدأ بتفحّص الاستخدامات الراهنة لهذه الفكرة، في منشورات علوم الإعلام والتواصل. والرهان هو في الحقيقة محاولة فهم، فيما يتعدّى السؤال البسيط، للإطار النظري، الذي يؤسّس ملاءمته وصلاحيّته، ما يبدو لي أنّه انبات مفهوم جديد لواقع التواصل.

1. Davallon 1988

٢. أدرج القرار الأول في إطار نظريّ، هدف مقاربة المساق الرمزي الحاضر، في أيّ وسيلة إعلامية (انظر مثلاً دفالون ١٩٩٣، ١٩٩٦) ضدّ مقوله نزع رمزية مجتمعنا. والثاني في مشروع دراسة عمل البعد الرمزي نفسه للإعلام واللعب بين داخل وخارج الجهاز الإعلامي (الذي أسميته في مقدمة *L'exposition à L'oeuvre*، برأماتية الجهاز) هذا الاستخدام لمفهوم التوسيط، يندرج هكذا (بعد المفهوم الرمزي في مقابل إنتاج أنساق الإشادة *Sémiotisation*، والتواصل أو الاستراتيجية) (V.g Davallon 1993, 1999b).

الاستعانة بالتوسيط

إنّ تفحّص مجموعة كتابات، في علوم الإعلام والتواصل، يسمح بتمييز ثلاثة نماذج من استخدامات الكلمة توسّط^١، سواء عاد إليها المؤلّفون بطريقة عرضية، أو استخدموها مفهوماً إجرائياً، أو خصّصوا لها قسماً من مؤلّفthem بغية إعطائهما 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 التوسّط الشائع (الذي هو أيضاً المعنى الأول للكلمة)، المقدر له، أن يصالح أطرافاً متخاصمة، يفترض مسبقاً نزاعاً، ويحتوي فكرة تصالح أو إعادة تصالح، هو نسبياً، قليل الحضور في الأدب العلمي لعلوم الإعلام والتواصل، باستثناء الحالة التي يكون فيها، مسألة إجراءات توسّط (في المنظمات مثلاً)، أو نشاطاً مهنياً^٢.

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

١. تتّلّف مجموعة الأفراد الأولى، التي تمّ تفحّصها من تواصلاتهم في المؤتمرات الأربع الأخيرة لـ SE-SIC. أمّا المؤلّفات الأخرى، التي أحتفظ بها (قرارات، مجلّات، مؤلّفات فردية ومؤلّفات مشتركة) فقد كانت دون أيّ معيار تصنيفي أو بالحرّي بحسب القراءات التي تمتّ لضرورات البحث والتعليم. وهذا يعني أنّ ثمة بحثاً استكشافياً كلياً. مع ذلك، ينبغي توضيح أنّ إحصاء المعاني المختلفة، أظهر إشباعاً محدوداً نسبياً في المدونة. (لأنّه ظهر منها القليل، إذا ما عدنا من القرارات الأخيرة، إلى الأكثر قدماً) وكما سنرى، أنّ ثمة تركيزاً في استخدام الكلمة، في المؤلّفات التي تستخدم بطريقة صريحة هذه الفكرة. وتجدر الإشارة أيضاً، إلى أنّ الأمثلة المذكورة، في هذا النصّ، لا تأخذ في الحسبان مجموعة التوازنات، إنّما لها فقط قيمة إدراجهما.

٢. ثمة حالة مهمّة لهذا الاستخدام، هي الرجوع إلى هذا المعنى، لتعريف توسيطات الكتاب (Lecture9, 1999). ويحدّد المؤلّف أنّه لا يوجد نزاع في هذه الحالة. ويمكن مع ذلك أن نلاحظ في هذا الصدد أنّ فكرة الانقطاع والتفاوت تظلّ دائماً حاضرة فيخلفيّة كلّ تعريفات التوسّط.

(المعنى الثانوي): معنى فعل استخدامه ك وسيط أو أن يكون ما يستخدم ك وسيط، مع فكرة أن هذا الفعل، لا يقيم علاقة بسيطة، أو تفاعلاً بين كلمتين من ذات المستوى، ولكنّه مولّد لشيء إضافي، مثلًا لحالة أكثر إرضاء. و ساعطي مثلاً مستللاً من «يوطوبيا التواصل لبروتون ١٩٩٧ - ١٣٧» يتناول «وظيفة التوسيط» لوسائل الإعلام والتواصل «لقد تم ابتكرارها لمساعدة الناس، على التواصل بشكل أفضل فيما بينها، إنّها الجواب على وعينا العميق للاتفصال المجتمعيّ، وعلى تباعد بعضهم عن بعضهم الآخر، مقرّونا بعطش التقارب»، إنّ دور التوسيط الذي يسهل التواصل، والمقدّر له أن يساعد، على الانتقال إلى حالة أفضل. فالصحافي الذي في هذا السياق، يعرض ويناقش خطاب الآخر (ما قاله أحدهم في مقابلة على سبيل المثال) هو « وسيط» يمتلك صفة التوسيط، بين الشخص والجمهور، والأمر يمكن أن يتحول، بحسب ما يمكن أن يقوله هذا الشخص (ص ١٤٣). إننا إذًا إذاء إحالة مضمّرة إلى مفهوم تقليدي للصحافي بوصفه وسيطًا.

مثل آخر للإحالة المضمّرة: المثل الذي يرد في «مجتمع التواطؤ» (La société de Connivence Beaud, 1984) حيث يكون استخدام الكلمة نادراً، باعتبار ما يبعث العنوان الفرعي على الفهم (Media, mediation et classes sociales) (وسائل الإعلام، التوسيط والطبقات الاجتماعية). ولكن الكلمة تبقى معروفة قليلاً، باستثناء الحالة، التي يكون فيها الكلام على «الوسطاء الجدد» «طبقة المثقفين الجديدة»، الذين يشاركون في عمل وسائل الإعلام (ص ٣١٣-٢٩٨).^١

١. على القارئ أن يحدد الفرضية (ولكن لا شيء يدعوه لذلك مباشرة) أن بمقدار ما تكون وسائل الإعلام، مقاربة كتقنيات رمزية (ص 289 sq) تسهم بمساقات التوسيط. ونستطيع إذًا (ربما) الذهاب حتى تفسير الكلمات الأخيرة للخلاصة كمعلنة مفهوماً للتوسيط المجتمعيّ، صنعته وسائل الإعلام: «وسائل الإعلام هي اليوم، كما البارحة المدرسة، أحد الأمكّنة الأساسية، حيث السلطة الاجتماعية محسوسة بالكلام،

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

ب- ضرورة التوسيط: استخدام إجرائي.

بعض فروع الأبحاث، يستخدم فكرة التوسيط، بوصفه مفهوماً إجرائياً؛ ليدل مساقاً مخصوصاً أو يصفه أو يحلّله، مما يستدعي اقتراحات للتعرّيف، تبدو مع ذلك، متغيرةً كثيراً من فرع آخر.

لنبأ بالتحقّق، من هذه الفروع المختلفة، الأوّل ما يمكن تسميته بـ «التوسيط الإعلامي» للدلالة على العمل، داخل وسائل الإعلام، التي على نقيض «نشر الإعلام»، تضع الصحافي في وضعية الطرف الثالث، الوسيط. هذا الأخير يستمدّ شرعيّته من انتتمائه إلى حقل مختلف عن أولئك الذين «يذيعون» المعلومات أو المواقف التي يروّجون لها. وظيفة الوسيط هذه، تستدعي بدهة، مجموعة من الإجراءات المخصوصة كتابة أو تمثيلاً^١. هذا الاعتراف بوظيفة الفاعل الاجتماعيّ، يوجد في فروع أخرى من الأبحاث، خاصة في التوسيط في علم التربية والتربية الثقافيّ.

وبالرمز، وتعريفها الخاص للاجتماعي الذي تصرّح به: بدورها كوسسيط والمعارف التي يعطيها المجتمع من تلقاء ذاته، تعود إليه كما التصورات تعود إليهما وتصبح جزءاً من الحقيقة، وتسهم في تغييرها (ص ٣٣٣).

١. انظر مثلاً Christine Croquet عن نقد السينما (١٩٩٨) أو Soulez عن التقديم التلفزيوني كوساطة (١٩٩٨). مقال الأولى مرجعه Neveu et Rieffel (١٩٩١) من أجل مقارنة الصحافي كوسسيط، ومن جهة أخرى، من المحتمل أن يكون Breton اتخذ مرجعية هذه المقاربة (١٩٩٧) ويمكن أيضاً أن نعتبر أنّ هذه الوساطة تقترح هكذا لقاء بين عالمين، وتسهم بهذا العمل بتحضير مشترك للتقديمات Gellereau (١٩٩٨: ٩٩). ولكن هي بالحرى أقرب إلى تصور التوسيط الثقافي. ينبغي التنويه هنا بنظرية السرد الإعلامي، الذي يستخدم كلمة وساطة ولكن بالمعنى الذي أعطاه إيه Ricoeur (V.g.dubeid 2001)

في التوسيط في علم التربية، وضعية المدرب ك وسيط - وهي أيضاً وضعية طرف ثالث - تستوجب بالتأكيد، عنصراً علاقياً، وتنطوي أيضاً على تنظيم التفاعلات التربوية، لتكون علاقة متعلماً - معرفة فعالة، وتحقق العملية التعليمية^١. هل ينبغي لوضعية الطرف الثالث، أن يؤمنها مدربون فقط، أو يمكن أن تتحقق أيضاً بأجهزة تقنية يستخدمها المدربون؟ هذا السؤال يبدو جوهرياً؛ لأنَّه ينطوي في خلفيته على سؤال معرفة كيف وإلى أي مدى يمكن لهذا التوسيط أن يكون موضوع تصنيع^٢.^٣

في التوسيط الثقافي تحضر بقوة المقاربة المزدوجة للوسطاء والتوسيط، وليس بعيداً عن ذلك أنَّها تُحيل على حقلين مرجعيين، لا يُستوفيان إلا جزئياً. والكلام عن الوسطاء هو عموماً اتخاذ مهنيِّي التوسيط كمرجعية (على سبيل المثال التوسيط المتحفي، أو التراثي)، في الحدود التي يعتبر فيها هذا القطاع المهني، أحد القطاعات الأكثر تطوراً). وبال مقابل، كما سنرى في النقطة الأخرى بتفصيل أكثر، فإنَّ التوسيط الثقافي، الجمالي كما توسيط الثقافات والمعارف الخ. يغطي حقلًا أوسع بكثير، وهو غالباً مقاربة نظرية إلى حد بعيد، وهي تُغرق مراجعها في نظريات، كما على سبيل المثال، نظرية الفضاء الجمهو^٤. و«الطرف الثالث المرمز»^٥. وأيضاً نظرية «الترجمة» بحسب معنى لاتور^٦. وسنلاحظ أنَّ توسيط

1. V.g Fichey & Combes, 1996.

2. التعارض بين التوسيط من خلال الصناعي، ونشر الإعلام، لا يكون دون ذكر التعارض بين التوسيط في علم التربية الإنساني، والتوسيط التقني لل المعارف، الذي يميز تصنيع هذين الأخيرين. ونشير إلى أنَّه يوجد أدب مهم، حول بعد التربوي الخالص، للتوسيط في علوم التربية لم يؤخذ بالحسبان هنا.

3. Moeglin 1988

4. Allard Chamial 1988

5. Dalage pY – Debruyne Voandiedone 2002

6. لاتور (Latour Caillet 1955b): نجد في الواقع، لدى هذا المؤلف التفسيرين: في مقاربة المتحف، التوسيط

المعارف، تشكّل حقلًا شبه مخصوص، يرجع من ناحية إلى توسط 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 توسط تحت فئة - هي واسعة قليلاً بالتأكيد، ولكنها محددة كفاية - في التوسط المؤسّساتي. هذه الاستخدامات تُحال، إما على تصور سياسي ^٢ وإما على مقاربة سوسيولوجية. وحينما يتكلّم ماتيلار ^٣ في التواصل - عالم، عن التسوّطات، فإن الكلمة تتّخذ مرجعية من مساق بناء الهيمنة (من التوافق)، بحسب غرامشي. وهذا المساق تتمّ إذ ذاك مراقبته، من خلال التقاء الثقافات أو التنوّع والتعقيد الثقافيين) ^٤. ويبدو أننا نكتشف هنا، توبيخاً للبعد السياسي للتّسوّط، الذي سيكون لنا عودة إليه. أمّا المقاربة السوسيولوجية فإنّها توجد بالأحرى، مع التسوّط الاجتماعي، الذي يشكّل الميدان الرئيسي للتسوّطات المؤسّساتية: ويكون ذلك عموماً لمناقشة

الثقافي يشدّ على بعد العملي وعلى الوسيط، حيث التسوّط، هو ما يقوم به الوسيط (ويتمّ تصوره حينئذ «كمعبر» بين عالمين، «مراقبة» للزائر بغية إيصاله للأعمال الفنية، أو إلى المعرفة المعروضة في المتحف، ومراكز الفن أو المواقع التراثية). ففي المقالة (195b)، ليس المقصود وضع الزائر والعمل الفني على علاقة، ولعب دور الوسيط بين قطبين، وإنما العبور من مستوى إلى مستوى أعلى، مفترضين في آن، انتقالاً وخلقًا لشيء جديد، ينطوي على إنتاج حالة جديدة (مواقف المؤلفين، والمواضيعات والخطابات الخ).

١. النشر للتذّكر أنّ المعنى الذي يعطيه علماء الاقتصاد لحدّ التسوّط الثقافي «هو إنشاء الشّهرة التي تنطبق مع النتيجة الأصلية لموضوع الإبداع وتحويله إلى سلعة تجارية» (Rouget & Sagot Duvaux 1996: 13) ^٥.
 ٢. ويمكن أيضًا أن نضع في هذه الفتة استخدام تعبير مثل «وساطة مدينّة» (mediation Ciloyene, Natali &) (Rasse 1998) الذي يعني في الواقع، بعداً للتسوّط الثقافي.

3. Mattelart

4. V.g. 88.273 Mattelart, 1993.

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

ثمة استخدام آخر، يتميّز من الاستخدامات الأولى فيما لو رُبِطَ بها، وهو يخصّ تحليل استخدامات التقانات، وحدّ التوسيط، يستخدمه للتهرّب من الحتميّة المزدوجة، الاجتماعيّة والتكنولوجية: التوسيط تقنيّ؛ «لأنّ الأداة المستخدمة، تُبني في التطبيق» الاجتماعيّ، «لأنّ الدوافع، أشكال الاستخدام والمعنى المعطى للتطبيق، يعود إلى التدفق في الجسم الاجتماعيّ، كما يشير على سبيل المثال جوزيان جويّ»⁴. وتبدو إِذَا فكرة التوسيط، في هذه الحالة، كأنّها تشير إلى عمليّات - كما إلى تأثيراتها - تقنية *Techmicisation* مساق التواصل (توسيط تقنيّ)، وفي آن، إلى تدخلّ بعد الذاتيّ، في تطبيقات التواصل (توسيط اجتماعيّ).

إنَّ ضمَّ استخدامات التوسيط في خمس فئات، يدفع إلى التفكير، أنَّ لكلَّ قطاع من البحث، استخدامه الخاصُّ، بل تعريفه الخاصُّ -للتوسيط. ومن دون شرح واقع الحال، من الصعوبة بمكان، تحديد ما سأعود إليه لاحقاً للقول إنَّ الرجوع إلى هذه الفكرة هو حاضر جداً في بعض القطاعات، وعملياً غائب كلياً عن القطاعات الأخرى. وتفحص هذه المدونة الاستكشافية، حتَّى الآن، يعطي معلومات خصوصاً، حول أهميَّة العنصر الثالث الذي يتأكَّد حضوره كعلامة مميزة للتوسيط. وإذا تغيير كثيراً شكل هذا التوسيط بين مؤلَّفٍ وآخر، فبالمقابل، تأثير هذا

١. يدخل المؤلف، على سبيل المثال، تمييزاً بين التوسيط التقاني والتلوسيط التقني ليقارب البعد المؤسساتي. وقد ناقش برنار فلوري Bernard Floris فكرة التوسيط الاجتماعي، في مقال سأعود إليه لاحقاً (1995). وهو مثل آخر ينافش إدراة الماء (Deliège ٢٠٠٠).

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 مُتلقّي التواصل: سيصل، يُعلم، ويُمرّ الخ، وفضلاً عن ذلك، فإنّ هذا الفعل مقوّم: إنّه مستفيد، محترم، ومقدّرة قيمته كذات وليس كأداة؛ والثانية، الموضوع، الفاعل، أو وضعية الانطلاق تخضع للتغيير، من حقيقة أنّه مندمج في سياق آخر. مثلاً، الموضوع التقني، موضوعاً، في سياق استخدام، يعمل على نحو مختلف، عن صنيع التوسيط، حتّى لو لم يتحول مما هو عليه. وهذه ظاهرة مشابهة للعمل الفني والمعرفة.

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

وعليه فإنّ أول معاينة نجريها هي أنّ فكرة التوسيط تستدعي تحولاً للوضعية أو للجهاز التواصليّ، في كلّ مرّة، يكون فيها حاجة لوصف فعل، وليس مجرد تفاعل، بين عناصر قد تشكّلت من قبل، ومن دون ذلك أيضاً، انتقال عنصر من قطب إلى قطب، وهكذا سأعرض فرضية، أنّ ثمة رجوعاً للتتوسيط، حالما يكون ثمة فشل، أو عدم تكيّف لتصوّرات التواصل العاديّ، التواصل كنقل للمعلومات، وال التواصل كتفاعل، بين عنصرين من المجتمع. ومع هذا الرجوع يتنتقل أصل الفعل، من الفاعل المرسّل، أو من ما بين الفاعلين إلى فاعل ثالث: ثمة تواصل من خلال عملية الطرف الثالث، والمسألة الجوهرية هي إذاً طبيعة الطرف الثالث، والخلافات الملاحظة هي خلافات في الشكل أو في الطبيعة؟ يبدو أنّه في حقيقة ذلك تبتعد المقاربات.

ج. نحو تعريف نظري للتتوسيط؟

لنر إذاً واقع الحال، من جانب المؤلفين الذين يقترحون تعريفاً صريحاً أو أكثر للتتوسيط. إننا نلاحظ بادئ الأمر، أن إرادة تعريف التوسيط، من وجهة نظر نظرية، (وحتى علمية) هي تعد مخصوصاً على حقل علوم المعلومات والتواصل. ثمّة أربعة مؤلفين تم ذكرهم بشكل عام، ويعتبرون مراجع، اثنان منهم، لديهما على الأقل كهدف معلن، نظرية في التوسيط (Bernard Lamiset et Jean Caune) والاثنان الآخرين بإعطائهما بنظرية مكانته مركبة كلّياً للتتوسيط، ما قادهما إلى إنتاج تعريف، ومقاربة واضحة إلى حد كافٍ، ومفصلة. (Louis Quéré et Antoine Hennion). إننا نجد في «إمكانية التواصل» العرض الذي يسمح بأن نفهم، بمزيد من الوضوح، المكانة التي أُعطيت للتتوسيط، في النسق النظري الذي اقترحه برنار لاميزيت^١ (١٩٩٢). المعنى الذي أعطي لهذه الفكرة لا يُضيّط خارج قراءة ومقاربة لمجمل هذا النسق النظري. تلك هي، على سبيل المثال، حالة علاقة التوسيط، مع التواصل الذي يذهب المذهب نفسه، مع سلسلة اعترافات (أو تميزات) بين تواصل ما بين - ذاتي و التواصل من خلال الإعلام (تؤمنه إحدى سائل التواصل)، والفضاء الرمزي أو الفضاء العام الخ... هذه السلسلة، التي ترتكز بذاتها على التمايز، بين شكلين من الكلام، الكلام الذي «يعلن في الفضاء الخاصّ، حيث يعيش أشخاص متميّزون ويتحاطبون»^٢. «والكلام الذي يعلن في الفضاء العام، وهذا هو التوسيط. إن تعريف التوسيط «كمرافة» يسجل إذاً في مقاربة ميتا - نظرية تتكون بين قطبي اللغة والسياسة. وهكذا فإن التوسيطات

١. يمكن أيضاً، استيضاح مقال «التوسيط»، للاميزيت وسيليم (١٩٩٧) الذي يقترح توليفة، حول الفكرة، تبدأ على النحو الآتي: «مرافة توفر في التواصل والحياة الاجتماعية تمفصل الفرد وخصوصيته والبعد الجماعي للألفة الاجتماعية والرابط الاجتماعي».

2. Lamiset2, 1992:187.

(التوسّطات الرمزية للغة، توسّطات التواصل في الفضاء العام والتوسّطات المؤسّساتية للإستراتيجيات الاجتماعية) تؤمن جدلية المفرد والجمعي. وإذا ما تساءلنا في هذه الشروط، ماذا يمكن أن تكون عليه، طبيعة الطرف الثالث، فإنّ الجواب يقودنا في آن، إلى الانعكاسية وإلى الإنابة^١. وما يبدو في مصدر الطرف الثالث، هو بالفعل، من ناحية تضاعف الذات في صورتها ومتناهية أخرى تضاعف الاجتماعي في الاتفاق السياسي^٢.

يبينى Jean Caune في «من أجل أخلاق للتونس»^٣ وضعية، هي تقريرياً، متعارضة في النقاط كلّها، مع وضعية Bernard lamizet: لإنشاء مفهوم التونس، يقترح تفحص المقاربات الثلاث المعتادة (أي استخدامات سوسيوبوليتيك، ومقاربات نظرية للحدّ، ومقاربات التطبيقات الاجتماعية التي يدلّ عليها هذا الحدّ). وهو ينطلق من أشكال التونس، التي ميّزت السياسات الثقافية الفرنسية، منذ بداية الجمهورية الخامسة «تونس بالتماس» (ستينيات القرن الماضي)،

١. الطرف الثالث هو ما يجب أن ينوب في التواصل ما بين - ذاتي. هذه الإنابة في شكلها الأكثر بساطة هي الضمائر الشخصية في فضاء التواصل ما بين - ذاتي، يمكن أيضاً أن تسمح في شكلها المؤسّساتي باتفاق يلتزم به الأفراد كما يشرح المؤلف. مذاك «ال التواصل الاجتماعي، يقدّم نفسه، كموضوع تفكّر الجدلية، بين النسق الاجتماعي والأفراد الذين يلتزمون بتوسيط استخدام الرمزي في العلاقات الاجتماعية (ص ٢١٢).

٢. ولكن في نهاية المطاف، إذا عدنا أدرجنا، من تضاعف الذات (مع مرجعية مرحلة مرآة لا كان Lacan) إلى اتفاق (Le foedus) الذي هو في آن عقد، التزام وتأسيس، (إذ اللغة تبدو مستخدمة كقالب - إنها «حيادي التواصل» (ص ٩) محيلة كلّ أشكال التزعة الاجتماعية socialite إلى إلفة اجتماعية sociabilité (الرابط هو سياسي لأنّه توافقي) ونمطه هو ما بين - ذاتي، يجد أساسه في تصوّرات الفرد. والتبيّحة هي برأيي معانمة الانماء - كي لا نقول سقوط الحقّ لتقادمه، لنبقى في مجاز التحليل النفسيي - والاجتماعي ومادّية وسائل الإعلام في كلّ ما يمكن، أن تمتلكه من منشئ لبنيتها. وهذه نتيجة ترجع إلى تصالب مصطلح المثولية الموروث، من الألسنية ومن انبثق الوعي، من البحث عن التعريف spécularité.

3. Pour une éthique de la médiation

المرتكزة على المشاركة المباشرة، مع المؤلفات «التوسيط بالتعبير»^١ (سبعينات القرن الماضي)، الموسومة بالانخراط في التطبيقات الفنية^٢ (ثمانينات القرن الماضي). معطية الأفضلية، لسياسات علاقات عامة، وبث تجاري. ومن خلال تفحّص نماذج التوسيط المذكورة، تمّ التعريف على المستوى التقني، والتاريخي والمفهومي، بحسب منظور براغماتي وبالحضور المشترك لـ«قصدية المرء، لبناء علاقة ما بين - ذاتية». و«مستند معبر ورمزي»^٣ ووضعية إعلان^٤: أي « إطار حسيّ فزيائيّ واجتماعيّ»^٥.

هذه المقاربة التي إحدى نقاط انطلاقها هي الأخذ بالاعتبار، «الطلب الاجتماعيّ للتواصل» تؤدي إلى اقتراح «استبدال فكرة التوسيط الجماليّ بمنظور وجوديّ للفن» (ص ٢٤١). ومن وجهة النظر التي تشغelnنا (طبيعة الطرف الثالث) من الضروريّ، أن ننظر لا من جهة ما هو مقترن في النهاية، ولكن بالأحرى، ما يعزّز هذا التصور للتواصل. وعليه فإنّنا نجد الإجابة في مؤلف سابق (Caune 1995)، حيث يشرح أنّ الثقافة هي توسّط فيما تحقّق علاقة «بين جلاء»^٦ التعبير، وفرد وعالم مرجعيّ (مما يعطي وجهة نظر أخرى للتعريف بحسب الشروط الثلاثة المذكورة سابقاً)؛ ولهذا فالتعريف يرتكز على الوظيفة الرمزية، كما يعرفها كاسيرر^٧ كتوسيط بيننا وبين الواقع، مذاك «الرمز يفتح على شيء آخر، غير ذاته، من خلال التوسيط الذي يتحققه، إنّه يفتح ممراً» (Caune 1995: 70).

1. Médiations par l'expression

2. Mediation par médiatistion de l'art

3. Un support expressif et symbolique

4. Situation d'énunciation

5. Caime 1999:210.

6. Manifestation

7. Cassirer

للرمز كطرف ثالث (ينطلق من المحسوس ليصل إلى مدلول لا يدرك) يؤسس مقاربة عمل الثقافة كتوسيط، على نمط «استبدال دائري للحدود (الجلاء كحقيقة محسوسة، الفرد الذي يعيش، أو يحدث الجلاء: الإطار الثقافي والاجتماعي الذي يأخذ الجلاء فيه معنى^١ (ص ٨٧).

في مؤلف قديم «مرايا ملتبسة»^٢ انتقد «لويس كارييه»^٣ المقاربات الوضعية للتواصل الاجتماعي الذي يتميز باستبعاد الطبيعة الرمزية للتبادل الاجتماعي، ويقترح تصويب «العمل» الاجتماعي لوسائل الإعلام، انطلاقاً من حالة، أن «التبادل الاجتماعي»، هو تفاعل بين أفراد، تنقله وسائل الإعلام، من خلال ما هو رمزي^٤» (Quéré, 1982:29).

١. ما يأتي، فيما يتعدى حوار موقع الرمزي، قد يستدعي تشبيهًا محدودًا مع مقوله Bernard Lamizet: «لا يمكن أن تفهم الظاهرة الثقافية إلا من خلال حركة دائريّة يقترن فيها جلاء محسوس يقدر كتعبير، ومجتمع يتخرجن تحت شكل رمزي وفرد مُعبر عنه. وفي الواقع ينشئ الفرد هوّيّته في الحقل الثقافي من خلال الظاهرة المعبرة. والجلاء لا يأخذ معنى إلا من خلال عدد من الظروف التي تشكّل السياق الثقافي التي ينفتح داخلها. وبالجلاء الذي يعيشه الفرد، يعبر المجتمع عن نفسه رمزيًا. ستتكلّم على العمل الثالثي للثقافة تحديداً؛ لأنَّ العلاقة بين اثنين من الحدود الثلاثة (جلاء، فرد، مجتمع) لا يمكن فهمها دون حضور الحدّ الثالث». (Caume 1995:87-88).

2. Des miroirs équivoques

3. Louis Quéré

٤. ملحوظة دقيقة ذلك أنَّ حدَّ «تفاعل» فهم بمعنى G.H. Mead وله أربع مزايا للتواصل الاجتماعي، تسمح بالقبض على فرادتها. ١) هذا التواصل الاجتماعي يرتكز على الانعكاسية reflexivité (الملازمة للتبدل الاجتماعي^٥) يترجم الشكل الاجتماعي لهذه الانعكاسية بحقيقة أنَّ التعارف المتبادل يؤدي إلى وفاق. فحالما يتوصل الأفراد إلى فهم متبادل، يتحققون اتفاقاً يحدث جماعة تتحقق موضوعيتها في خارج ما بين - ذاتي^٦ ٢) يفترض التبادل مساقاً لبيان بشكل طرف ثالث مرمز، أي «القطب الخارجي الحيادي لا هو مع (الأول) ولا مع (الثاني). ويحتلّ موقع المرجع الممكن الأول والثاني، «الأقران في اختلافها» (ص ٣٣). هذا الطرف الثالث يتشكّل من أنماط ثقافية (قواعد تبليغ، ألعاب أدوار، ضوابط أفعال، ترسيمه إدراك وتصنيف، ونصوص إرساء الموضوعية وكفالة ميتا - اجتماعية في خارج حيث يلتقي: نصوص

على استخدام التوسيطات الرمزية، أي «إنتاج هوية مع تأكيده، على اختلاف بين المترافقين» (ص ٤٦). والمؤلف هو على وضعية وسيطة، بين وضعية Bernard Lamizet ووضعية Jean Caune؛ إذ ينطلق من مقاربة تاريخية وميتا - نظرية، ليحاول فهم التوسيطات الرمزية الحاضرة في وسائل الإعلام، إلى جانب التوسيطات التقنية. التحليل يعالج في الواقع، تغيير إرساء الموضوعية للتتوسط الرمزي المداخل في مجتمعنا^١. هذا الإرساء للموضوعية، يتوقف إلى أن تقام استراتيجيات وتقانات^٢، على وسائل وأدوات تقنية، ما يشير في الحال سؤالاً (أثاره المؤلف في الخلاصة بطريقة براغماتية) التتابع الإنسانية (الانتروبولوجية)، لاستبدال هذه «التوسيطات التقنية (ماكينات، طائق، إجراءات مستنبطة وقواعد عمل استراتيجي) بوسائل رمزية في ميدان التفاعل الاجتماعي» (ص ١٧٩)، وحتى إن وضعنا جانباً هذا السؤال الشائك، حول العلاقة بين التتوسط الرمزي، والتتوسط التقني، فإننا نجهد للاعتراف أن التتوسط مرتبط مباشرة بالفعل الرمزي للمجتمع، وبالتالي من خلال مفهوم الطرف الثالث المرمز.

تذكرة بمعلومات وتجارب، خطابات معيارية وتفصيرية للاجتماعي)، رابعاً. هذا الإرساء للموضوعية يتم بواسطة نصوص توسط محددة تاريخياً - حيث الإعلام، يؤمن في المجتمع الحديث، إدارة الطرف الثالث موّماً (خاصاً لمجتمع «تاريفي») (ص ٤٢-٤٣).

١. إذ نقول إرساء موضوعية التتوسط الرمزي، يجب أن نفهم من ذلك «انعكاس غيريته»، «إنشاء مكان آخر، يلاحظ ما هو خارج الاجتماعي، بما هو عليه» أي فضاء عام (ويكلام آخر أيضاً جهاز توسط رمزي). «الهوية والرابط الاجتماعي، بما هكذا، مضادات Corrélitifs، قضية تبعد المجتمع عن ذاته، ومن خلالها يصبح المجتمع مرئياً لأفراده» (ص ٨٤-٨٥).

٢. قضية إرساء موضوعية التتوسط الرمزي، لم يعده تتحقق على طريقة الرأي العام، وإنما على طريقة التزعة العلمية Scientificité «وهو يرتكز بعد ذلك على ثلاثة مركبات: وسائل وأدوات تقنية (سمعية بصرية مثلاً)، وعلى استراتيجيات يتطلب نجاحها السيطرة على قواعد الخيار العقلاني، ومعرفة تحليلية تسمح بتوقعات مشروطة، وعلى تقانات، أي صيغ تُعرّف طرق التصرف، في إطار عمل عقلاني، بالنسبة لغاية محددة، في أي مجال كان». (ص ١٠٨).

هكذا نرى اختلافاً واضحاً، يرتسم بين المؤلفين الثلاثة السابقين، في طريقة تفكير الطرف الثالث - وبالتالي التوسيط - يعود إلى انطلاق الأول، من اللغة والفاعل، والثاني من مساق مؤسسة الثقافة، والثالث من انروبولوجي الفضاء العام. وفي المقابل، يمكن استخلاص ثلاثة ثوابت: ١) استخدام العناصر نفسها، لتعريف التوسيط: ما بين - ذاتي^١ : واللغة والسياسي^٢. ٢) المبدأ الذي بمقتضاه، يكون التواصل الاجتماعي، نتيجة التوسيط وليس العكس. ٣) وأضيف: التوسيط يعني حول نقطة تسرّب - تُسمى ما هو خارج، حيادي وسلبي. وهي بحسب - الذين يتدخلون في مساق التواصل، من دون أن يكون للذين يساهمون فيه أي سلطة عليه. وفي الحقيقة، هذا ما تعنيه بأساليب مختلفة، صورة الطرف الثالث، التي وصفها Louis Quéré كطرف ثالث مرّّن.

لنأت الآن إلى التعريف الرابع، تعريف أنطوان هانيون^٣ في مؤلفه «الشغف الموسيقي»^٣، وعنوانه الفرعي «سوسيولوجيا التوسيط»، من النظرة الأولى لا ييدو فيه، أيّ صورة للطرف الثالث، وهذا يعود إلى حقيقة أنّ المقصود، هو سوسيولوجيا التوسيطات، أكثر منه تفحّص التوسيط، بالمعنى الذي يمكن أن يفهمه المؤلفون الثلاثة السابقون. ومن جراء ذلك، ليست العناصر المكونة، هي نفسها تماماً. المشروع ليس مقاربة السياسي، أو الثقافة، من خلال ما بين - ذاتي. وانعكاسية التبادل الاجتماعي، الذي يؤدي إلى تصورات، من خلال استخدام نصّ دال، والتحليل يبني، حول عناصر أخرى: تحديداً هذه التوسيطات التقنية، أو الاجتماعية (الآلة، التوزيع، تناغم الأصوات والتسجيل) التي تأتي لتسهم في

1. Intersubjectivité

2. Antoine Henion

3. La passion musicale

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

ولكن، هنا أيضًا، فإنّ لعبة التوسيطات حتى وإن حدّدت في الشبكة المتنافرة لما هو بشرى ولا - بشرى، فإنّها تنتظم حول نقطة تسرب، تُترجم كما يبدو لي، تحديدًا بغياب تعريف التوسيط، في هذا المؤلف. وبطريقة ما، فإنّ الانتقال من سوسيولوجيا التوسيط نحو سوسيولوجيا الإدمان في «صور الهاوي»^١ يبدو لي كاستكشاف لنقطة التسرب هذه: التفّحص من حقيقة أنه انطلاقًا من التوسيطات، يمّر شيء ما، يقع حدث، عبر لا يبقي شيئاً كما من قبل؛ المقصود إذاً «التعّرف إلى لحظة العمل، بما هو خاص، ولا ينعكس ورؤيته كتحول وعمل منتج»^٢. ولنلحوظ أنّنا بوصولنا إلى هذه النقطة، لم نعد بعيدين كثيراً، عما يمكن أن يكون، مقاربة للتوسيط الجمالي^٣.

1. Les figures de l'amateur

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

3. الموسيقى «هي صف من الأشياء، ولكنّها ليست أيّ واحد منها: ليست إلّا الآلات، التزيّعات، حركات جسم، مشاهد وإعلام - كلّها ضروريّة، ولكن كلّ منها غير كاف، لتبثّق وسطها. أحياناً يمكن أن يحصل شيء من هذه المجموعة. المؤدي يعرف، أفضل من أيّ كان ما أن يضع توزيعاً على لوحته، لُبس الموضوع في الموسيقى - إنّه يعزف الموسيقى بالتأكيد، ولكن مع ذلك، حقيقة العزف نفسها هي الموسيقى. الموسيقي ليست «مفعولاً» به لفعل خارجها آليّ. المسألة الحقيقة التي يطرّحها التوسيط هي هنا: على العكس من سبب أو نتيجة، إنّه لا ينفصل عن موضوعه. التوسيطات في الفن لها موقع براغماتيّ. إنّها الفن الذي تظهره. إنّها لا تتميّز عن الذوق الذي توقّه: أي بهذه الصفة يمكن، أن تستخدم كمستند لتحليل وضعٍ وليس لأنّهادها الذي لا يكُلّ».

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

الطريقة الأخرى، لفهم علاقة سوسيولوجيا التوسيط من مقاربة التوسيط هو بدنوّها إلى ما قاله برينو لا تور

طريقة أخرى لتفكير التواصل؟

لنتوقف على المعاينة المزدوجة، التي أجريناها للتو: معاينة الرجوع، إلى فكرة التوسيط، الحاضرة أكثر فأكثر، في علوم الإعلام والتواصل، ومن جهة أخرى على معاينة 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، كمسمى بسيط، ملائم، ولكن بالأحرى اعتباره الدليل، لضرورة تفكّر بعض الموضوعات، وبعض الميادين (كل مرة، يصبح فيها البعد الثقافي للتواصل موضع رهان) أو استخدام بعض المقاربات، التي تقصد اعتبار اثنين، بل عدّة أبعاد (اجتماعية وسيمية، تقنية وسيمية) 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 التوسيط (وليس فقط استخدامها بالإنابة، كنوع من «الجوكر» النظري) فرصة حقيقة لعلوم الإعلام والتواصل؛ لأنّها تقود إلى تقديم سؤالين: سؤال معرفة إذا كان بالإمكان، أن تصبح مفهوماً علمياً، وسؤال حول تأثيرها في طريقة تفكّر التواصل. هذا هو التساؤل المفتوح على هذا النحو، الذي يسوغ برأيي، الفائدة التي نستطيع أن نسديها له.

أ-التوسيط هل يمكن أن يفعل شيئاً سوى الإحالات على الفلسفة؟
الشيء الأول الذي يمكن أن يُدّهش، لدى قراءة مختلف المحاولات، الaramية إلى تعريف التوسيط، 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 للتتوسيط، الذي يخدم كوسيط^١ يتفق مع ديالكتيك هيغل واللاهوت المسيحي: هما بالذات، نسقاً التفكير اللذان يستخدمان، بشكل صريح ومتتطور، هذه الفكرة. على أن ليس كثيراً على ديالكتيك هيغل، أن يكون عادة مرجعاً، في كتابات علوم الإعلام والتواصل، بالمقارنة مع فلاسفة مثل أرنست كاسيرر^٢، بول ريكير، تيودور أدورنو، والتر بنيامين أو جورجن هابرماس، الذين باستثناء بول ريكير، لم يناقشوا مباشرة، التتوسيط على ذلك النحو^٣. أمّا بالنسبة إلى اللاهوت، فمن المؤكّد أنّ تصوره للتتوسيط، يعمل كأدّاة تفكّر العمل الرمزي في مجتمعنا، ولكن ذلك يحدث أمامنا، فيكون هنا، على نحو لا جدال فيه، بحث للمباشرة.

إن ما قلته سابقاً عن أسباب العودة إلى الفكر، وإلى ما يتّبع من تفحّص التعريفات المقترحة، يحثّي على تطوير الفرضية المذكورة أعلاه، والتي بمحبّتها، تأتي هذه المراجع، لتعطي أدوات للسيطرة، على نقطة التسرب التي أدخلها، استخدام فكرة التتوسيط، في مقاربة التواصل. إن قراءة مؤلّف فرانكو كريسيبي (Médiation symbolique et Société) هي حول هذه النقطة ذات الفائدة الأكبر؛ إذ يعرض، بطريقة واضحة، العلاقة التي تقيّمها مختلف الفلسفات. مع التتوسيط الرمزي. سبب هذا الوضوح يعود إلى منطق المصطلح الانتربولوجي الذي يؤسّس عليه تعريفه: «الثقافة كبعد انتربولوجي، يمكن أن تعبّر في نظام الحياة مثل النتيجة المطورة للتعقيد المتمامي، لأنماط العلاقة والتواصل ما بين - ذاتيّ وما

1. L.e.ce qui sert d'intermédiaire

2. Ernest Cassirer

3. وأيضاً هل من المناسب التوضيح، إن التتوسيط يمتلك لدى ريكير، معنى محدّداً: التتوسيط بين زمن وسرد، الذي يستند إلى تتوسيط، يُجترح من خلال وضع عقدة ويتدخل هو نفسه في التوسيط الرمزي بمعنى كاسيرر (Ricoeur, 1983: 105-130).

بين - دنيويٌّ^١. تكون نتيجة ذلك استعاضة جزئية عن حتمية غريزية من توسيط رمزيٍّ، جدير بإحداث التوافق، وتوجيه الأفراد «بهدف إنشاء نظام اجتماعي، وسلوك متناسق في نسق محدد من العلاقات»^٢ (ص ١٤) كريسي يسمى «الاختلاف»، تذبذب العلاقات المحددة - غير المحددة، ويقترح، وهذا محور مقاربته - أنَّ الرمزيٍّ هو توسيط، ليس لأنَّه يهدف إلى حلّ تناقضات الاختلاف، بمقتضى نموذج هيغليٍّ، ولكن لأنَّه يبقى في تذبذب الاختلاف: الثقافة تميل هكذا لمحو الاختلاف، لإنتاج المحدد، ولكن في الوقت عينه، فإنَّ الفارق الذي يشكل الوعي، لا يعود أبداً إلى التشكُّل كلياً في النظام الرمزيٍّ. ولمقاربة مسألة الاختلاف بطريقة صحيحة، ينبغي قبول، كما يقول «في أن المحدد أي ضرورة نظام رمزيٍّ، وغير المحدد أي حدود التوسيط» (ص ٢٢).

فائدة تصوّر التوسيط هذه، هي الإسهام في إعطاء نموذج، يسمح بتفكّر الطبيعة الدينامية لهذا التوسيط، ميزة الثلاثية، عمله المفارق ووظيفته الرمزية. ليس لأنَّ مثل هذه المقاربة، تقدّم لنا في النهاية، تعريفاً حقيقياً للتوسيط، ولكن على نحو أكثر بساطة، لأنَّها تعطي توليفة تمسك هذه الدينامية، هذه المزية، هذا العمل، وهذه الوظيفة بحسب منظور انتربولوجيٍّ، أي إنَّه يشير مسألة العمل الانتربولوجيٍّ، التي تعهّد فكرة التوسيط بتعيينه.

وما إنَّ تسجّل هذه المسألة، يبقى بداهة العمل العلميٍّ. الأولى تسجيل تعهّد بواجب التفكّر بموقع التوسيط الانتربولوجيٍّ، في إطار فلسفيٍّ، يعطي هدفاً للبناء النظري للمواضيع المدروسة، أي مشروع التفكّر علمياً سؤالاً تشيره الفلسفة، من

1. Crespi, 1983: 11.

٢. مع أنَّ كريسي Crespi يتّخذ مرجعية ليس من ترنس Vattimo وإنما من فاتيمو Turner، فإنَّ الطريقة التي يصف بها التوسيط الرمزيٍّ، اتّخذها من هذا التذبذب لعلاقة محدد - غير محدد. وهي لا تكون من دون استدعاء التجاور - التناوب بين بنية وطائفة Communitas لدى ترنس.

هذه الزاوية، فحقيقة أنّ مختلف اقتراحات تعريف التوسيط، يرجع غالباً لمقاربات، تعرّض عمله الرمزيّ، بحسب مقولات أنتربولوجيّة (Louis dymont, Victor Turrer, Marcel Gaucher, Michel de certeau, claue Lefort, Louis Morin الخ) تبدو لي علامه استخدام فعليّ لهذا المشروع. إنّها توظف فعلاً لتفكير المسافات الثلاثة التي تميّز هذا العمل الرمزيّ، لمحاولة إنشاء إجابات للأسئلة الثلاثة التي تحضر عند اللجوء إلى فكرة التوسيط: كيف ينتج بناء اجتماعيّ، انطلاقاً من عناصر منفصلة (سؤال الدين والسياسة أي سؤال إنتاج ما يربط)؟ كيف تُتّبع اللغة، انطلاقاً من إعطاء المادة، شكلاً تقنياً (سؤال الترميز)؟ كيف تُتّبع المؤسّسة، انطلاقاً من العلاقة والفعل (سؤال المؤسّسة، 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 ل الواقع الاجتماعيّ، وإنشاء أهداف. يمكن إذاً القول إنّ فكرة التوسيط، كما استخدمتها علوم الإعلام، والتواصل تُحال حقاً على الفلسفة، ولكنّها تُحال عليها، كما على حدودها (حدود عدم إمكانية تفكّر، وأقلّ من ذلك مناقشة أصل الرمزيّ)، وكما على أسئلة تتعلق بمعنى انعكاسيّ، وبال مقابل وبشكل ملموس، بوصفه باحثاً، إذا أردت استخدام حدّ التوسيط كمفهوم، يجب علىّه بادئ الأمر، وقبل كلّ شيء: ١) ملاحظة حقيقة أنّ هذه الأسئلة تصدر عن الفلسفة ٢) وتصدر عن بحث تماسك فكرة التوسيط منطقياً، وصلاحيّتها في أبحاث علوم الإعلام والتواصل.

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

ب. هل يقترح التوسيط طريقة جديدة لتصور التواصل؟

ما إن يتم الاعتراف بدور الوجه المشترك لفكرة التوسيط بين أسئلة أنتربولوجية و«الجوء» إجرائي، فإن هذا الدور، لا يكون من دون إشارة صعوبات خطيرة؛ لأن هذه القسمة بين الوجه الفلسفـي والوجه العلمـي لهذه الحدود، يعود إلى تفويض الفلسفة العناية لإرساء منظور أنتربولوجـي، يستخدم كخطـة خلفـية في تعريف التوسيـط. أليـست المـواضـيعـ التي يـدرـسـهاـ الـبـاحـثـونـ، مـذـاكـ، هيـ مـحـضـ ظـاهـرـاتـ، ذاتـ أـصـلـ بـشـرـيـ وـاصـطـنـاعـيـ¹ـ فـيـ الـحـدـودـ، الـتـيـ تـأـتـيـ، بـمـاـ هيـ عـلـيـهـ، لـتـنـدـرـجـ فـيـ بـنـاءـ نـظـريـ، لـاـ شـيـءـ فـيـهـ عـلـمـيـ، وـيـخـضـعـ لـمـبـادـئـ التـفـكـيرـ وـالـبـحـثـ، بـلـ وـاتـخـاذـ مـوـقـفـ إـيـديـيـلـوـجـيـ؟ـ إـنـ فـيـ ذـلـكـ تـخـوـفـاـ يـشـيرـ تـحـفـظـيـ إـزـاءـ فـكـرـةـ التـوـسـطـ:ـ إـنـهـاـ تـمـلـكـ خـصـائـصـ التـوـفـيقـ بـيـنـ عـالـمـ الـبـحـثـ وـعـالـمـ الـدـرـاسـةـ الـفـلـسـفـيـةـ.ـ وـالـتـقـاسـمـ الرـضـائـيـ بـيـنـ وـجـهـيـنـ، لـاـ يـدـوـلـيـ مـقـبـلـاـ، كـمـاـ أـنـ تـوزـيـعـاـ دـقـيـقاـ لـاـ يـمـكـنـ الدـافـعـ عـنـهـ.ـ وـعـلـيـهـ نـجـدـ أـنـ اـسـتـخـدـمـ حـدـ التـوـسـطـ خـلـالـ السـنـوـاتـ الـأـخـيـرـ يـظـهـرـ بـوـضـوـحـ الـحـاجـةـ إـلـىـ تـعـرـيـفـ التـوـسـطـ الـذـيـ هوـ شـيـءـ آـخـرـ، غـيرـ وـجـهـ مشـتـركـ، يـتـمـرـكـزـ فـيـ عـلـومـ الـإـعـلـامـ وـالـتـوـاـصـلـ، وـغـيرـ مـنـظـورـ أـنـتـرـبـولـوـجـيـ مـنـ طـبـيـعـةـ فـلـسـفـيـةـ.ـ وـمـنـ جـهـةـ آـخـرـ، فـإـنـ الـأـعـمـالـ الـتـيـ وـاجـهـتـ مـبـاـشـرـةـ فـكـرـةـ التـوـسـطـ بـغـيـةـ أـنـ تـجـعـلـ مـنـهـاـ مـفـهـومـاـ لـعـلـومـ الـإـعـلـامـ وـالـتـوـاـصـلـ تـبـرـهـنـ فـيـ آـنـ إـمـكـانـيـةـ فـائـدـةـ وـضـرـورـةـ مـثـلـ هـذـاـ التـعـرـيـفـ.ـ كـلـ ذـلـكـ يـرـافـعـ لـيـقـارـبـ التـقـاسـمـ، بـطـرـيـقـةـ أـكـثـرـ دـيـنـامـيـةـ، مـنـهـاـ مـيـدـانـيـةـ، وـبـكـلامـ آـخـرـ، بـكـلـمـاتـ فـيـهـاـ أـكـثـرـ، فـيـ مـجـالـ الـبـرـمـجـةـ وـالـمـقـارـبـةـ وـالـمـشـرـوـعـ، مـنـهـاـ فـيـ مـجـالـ التـقـطـيعـ وـالـحـدـودـ وـالـفـصـلـ.

إـحـدـىـ الـطـرـقـ، فـيـ مـعـالـجـةـ هـذـهـ الـأـعـمـالـ هـكـذـاـ، تـكـوـنـ بـتـغـيـيرـ وـجـهـةـ النـظـرـ، الـتـيـ بـمـقـتضـاهـاـ، نـتـفـحـصـ مـلـيـيـاـ الـمـنـظـورـ الـأـنـتـرـبـولـوـجـيـ.ـ لـيـكـنـ بـحـثـاـنـاـ عـنـ السـبـبـ الـأـخـيـرـ،

لاستخدام علوم الإعلام والتواصل لفكرة التوسيط وتعريفها أقل من أخذنا العلم، بأن ذلك يشير إلى أن الأبحاث ما زالت في طور اكتشافها وبنائها، كمجال للمعرفة العلمية. ولنكون واضحين: لنفرض أن علوم الإعلام والتواصل هي في طور مؤازرة اكتشاف العمل الرمزي لمجتمعنا، وذلك ليس عن طريق ميتا - نظرية لهذا العمل، وإنما بإنتاج معارف حول شكل هذا العمل وأنماطه^١. تقدم هذه الوضعية مزيّة تحديد ملاءمة مفهوم التوسيط وصلاحيّته داخل حقل الأبحاث في علوم الإعلام والتواصل.

وفي الحقيقة، بإعادة الأعمال إلى سياقها، تلك التي تلحظ فكرة التوسيط، وإدراجهما في مجموع الأعمال التي تبحث فعليًا أشكال العمل الرمزي وأنماطه، من وجهة نظر تواصليّة، نحصل على نتيجة مزدوجة: من جهة: ١) إعادة تعريف دقة للتواصل. ٢) إعادة تصنيف نظريات الإعلام والتواصل، التي سادّون هنا، جوانبها الأكثر وضوحاً، والأكثر عمومية، مستعيناً بعناصر عمل قيد البحث.

١) تعريفان للتواصل، يستخدمان حالياً كمراجعية، الأول الأكثر شهرة، والأكثر تعرّضاً للنقد، يتصوّر التواصل كنقل للمعلومات، بين قطبٍ مرسل وقطبٍ متلقٍ، في حين أن التعريف الثاني، يستدعي أن البحث في التواصل الاجتماعي، لا التقني، ويتصوّر كتفاعل بين ذوات، اجتماعية، كعلاقة بين ذوات تصبح أكثر أهميّة من المعلومات التي تدور بينهم. وعليه، وعلى نقىض فكرة مسبقة، فإنّ

١. نفهم ذلك، أصالة هذه المشاركة مع أنتربولوجيا ثقافية للمجتمع المعاصر، تبدو لي ترتكز، على الأخذ بالاعتبار، بعد الماديّ، التقنيّ، الاقتصاديّ والرمزيّ (باختصار بعد الإعلاميّ) للموضوعات التواصلية (دفالون). وبكلام آخر على ما كان Louis Quéré قد تركه جانباً من مقارنته: «الأشكال والجهاز الأميركيّ لإرساء موضوعية التوسيط الرمزي» (Quéré، 1982: 178). هذه المقاربة الجديدة الأنترربولوجية للتواصل، يدعّيها بوضوح مؤلفون آخرون (انظر مثلاً lardellier 2003, Coman 2003). وبرأيي إنّ في هذا الاتجاه، يمكن أن تُبني منهجية ستُجّب لنحو علميّ لا بحثيّ ولا فلسفّيّ.

تنضيد تصوّري التواصل هذين (نموذج المعلومات ونموذج التفاعل) لا يسمح بالإمساك بالتقنيّ، والاجتماعيّ معاً؛ لأنّ ثمة أيضاً فقدانًا للبعد الإعلاميّ الخالص. أمّا نموذج التوسيط، 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 بطبعتها.^٢

وإذا نظرنا إليه عن كثب، فإنّ شجرة النسب لهذا النموذج تبيّن أنّ باحثين باشروا في استكشاف تصوّر التواصل هذا. وهكذا نستطيع تمييز ثلات سلالات، ركّزت على اللغة، على التقانات وعلى الثقافة كعامل بناء (وإذا أردنا تأسيسًا) لشروط إمكانية التبادل هذه، وبتعمير بسيط، سأقول إنّ الأول، بين هذه السلالات، وُضح من خلال البنية الدلالية والانتربولوجية بل والسوسيولوجيا.^٣ والثاني من خلال أبحاث، عن الدور الرمزي للتقنية لـInnis و Debray أو McLuhan، وبال مقابل من خلال الدراسات الإمبريقية، لسوسيولوجيا الاستخدامات، أو التوسيطات^٤، والثالث من خلال أعمال مدرسة فرانكفورت، أو منظرين في الفضاء العام، دمغ مركزهم الحاسم كثيراً من الأعمال، والتقي حوله بشكل ما، عدد كبير من الباحثة الذين اشتغلوا على «تواصل الجمهور» و«الصناعات الثقافية» ووظيفتها في المجتمع.

١. مثلاً سوسيولوجيا الاستعمال، الاستعلامات تواجه مباشرة الصعوبات التي يشيرها مثل هذا التصوّر.
 ٢. هذا النموذج أظهر كلّ الأوهام أنه يكفي «إقامة علاقة» بين المستجدين والمتألقين من خلال موضوعات دالة حتى يحدث تواصل.

٣. من وجهة النظر هذه قد يكون من المحتمل ضرورة العودة إلى أعمال بارت أو بودريار في علم الدلالة (من دون نسيان بعد النقد لأعمالهما) أو أيضاً إلى بنية لفيستروس، وذلك من زاوية مختلفة على شيء من الحصر والتعزييم، والتي تتفوّق حالياً مع ما نسميه «ما بعد الحداثة».

٤. ينبغي أن نضيف إليها مقاربات قليلة الشهرة في فرنسا كمقارنة Barbero dans des medias – Jesus Martin (aux médiation 1997).

(٢) والاعتراف بتعريف ثالث للتواصل بعيداً عن أن يصبح الآخران باطلين، يقود لاعتبار هذه التعريفات، ليست متنافسة إبستمولوجيا، وإنما كأعمال تاريخية، أتت لتجيب عن اهتمامات، لهذا البعد أو ذاك من التواصل. ومن وجهة النظر هذه، ينبغي تتبع شجرة نسبها واستخلاص السلالات التي تشكلها والتي شكلت غالها^١.

يكفي، حتى الآن، ملاحظة أن النموذج الأول بين هذه النماذج يعطي الميادين الثلاثة للتكنولوجيا، والإعلامي وألسنية التواصل، وينحو ليتركتنا نعتقد أنه قد أمن ما يقترحه نموذج التواصل. أما الثاني، باعتباره التواصل حصيلة التفاعل بين اثنين أو عدة ذوات اجتماعية، يتعهد فكرة أن الثقافي، يعود إلى تطبيق أنساق دالة فيما بين - ذاتي (حتى وإن فهمت كتفاعل بين ذوات اجتماعية)^٢.

وعلى العكس، ما يظهره نموذج التوسيط من العناصر، (الإعلام، الندوات الاجتماعية، العلاقة الخ)، أقل مما يظهره من تمفصل هذه العناصر في جهاز خاص، (النص، الإعلام (الميديا) والثقافة. وفي الحقيقة إن هذا التمفصل هو الذي يظهر كطرف ثالث.

١. مثلاً، نموذج رياضي ونظري أنساق من أجل نموذج الإعلام وأيضاً، الفعالية الاجتماعية لوسائل الإعلام (الميديا) وبعد التواصل للغة من أجل نموذج الإعلام، وبراغماتية التواصل، وسوسيولوجيا التفاعل للثاني 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 مقاربة انطلاقاً من الطقوس ومن مخطط نظري.

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. № 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. № 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 mediation symbolique*. Paris: L'Harmattan (coll. "Communication").
18. Davallon, Jean, 1999b, pp. 129-160. "Communication politique et images au XVIIe siècle". *Médiation et information (MEI)*. N° 10.
19. Davallon, Jean. 2002, pp. 41-61. "Réflexions sur la notion de mediation 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; Universite D’Avignon et des Pays du Vaucluse& Laboratoire “Culture et communication” (Recherche sur les institutions et les publics dela culture, EA n°3151). (2003). La mediation : la communication en proces?
23. Deliège, 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. Dufrêne, Bernadette; Gellereau, Michèle, 2001, pp. 233-240. “La mediation culturelle, métaphore ou concept? Propositions de repères”, 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.
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. № 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. № 60.
36. Hennion, Antoine, 1993b. La passion musicale. Une sociologie de la médiation. Paris: Métaillé.

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 mediations?", 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 media 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*. № 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*. № 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 cœur des recompositions industrielles de la formation, la question de la médiation”, in *Médiations sociales, systems 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’usager”, 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. № 34 (mars).
65. Quéré, Louis, 1991, pp. 69-90. “D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique”. Réseaux: Communication, technologie, société. № 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. № 13.
68. Rasse, Paul, 1995. Recherches en communication. № 4 (“La médiation des savoirs”). Louvainla- Neuve: Université catholique de Louvain.
69. Rasse, Paul, 2000. Recherches en communication. № 13 (“Médiation et régulation sociale”). Louvain-la-Neuve: Université catholique de Louvain.
70. Réseaux: Communication, technologie, société. № 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-Duvauroux, 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. № 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 مركزيّاً للغرب المعاصر

حضر إ. حيدر¹

تمهيد

في معرض الكلام على المركزيّة الغربيّة في اللحظة العالميّة الراهنة، يغدو الخطاب الإعلاميّ بتقنياته العابره لحدود الدول وخصوصيّة المجتمعات شأنًا واحدًا ولا يقبل الفصل. وهكذا يمكن القول إنّه مع ختام القرن العشرين، انتقل العالم الحديث إلى زمن جديد اصطلح على تسميته بـ«زمن العولمة». وقد ساد مناخ ثقافيّ عارم عنوانه الطاغي: تحول العالم إلى قرية كونية لم تعد الحواجز التقليديّة للمجتمعات ولا الحدود الجغرافيّة للدول تشكّل عائقاً أمام التواصل بين مواطنيها. لكنّ العامل الأساسيّ الذي يقف وراء هذه النقلة الكبرى التي شهدتها الحضارة المعاصرة هو ثورة الاتصالات التي سُمّيت اختصاراً وتكثيفاً بـ«ثورة الميديا».

وإذا كان لكلّ زمان ظواهره غير العاديّة، فلا ريب أنّ الميديا هي ظاهرة استثنائيّة تحمل الكثير من الميزات والخصائص التي تختصر أمداء الزمان والمكان في آن. فلا يقوم تواصل فعال دونها، ولا تُرسم سياسات أو تُبني اقتصادات وحتى أن تنشب حروب وثورات للتغيير الاجتماعيّ إن لم تُلقي عليها تقنيات الصورة والصوت لمساتها الأثيريّة، وتمدّها بما ينبغي لها أن تبلغه من غايات.

1. كاتب وباحث في الإعلام المعاصر، لبنان.

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

من هذه النّظرة 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 قادرًا على صناعة عالمه المعلوماتيّ الخاصُّ يُنشئه أَنَّى 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 المعتبرة عن العالم الجديد الذي بدأ بالتشكل في ما عُرف بـ«عصر العولمة». إلّا أنّ كتابات الباحثين حول ما سُمِّي بـ«الميديا الجديدة»، أشارت إلى أنّ المصطلحات التي تداولها دراسات الاتصال عربياً، هي مصطلحات وافدة على اللغة العربية، وتشكلت في سياقات معرفية وثقافية مختلفة. وحسب هذه الكتابات، فإنّ مصطلح «الإعلام الجديد» ليس ترجمة للمصطلح الإنكليزي (New media)، أو المصطلح الفرنسي (Nouveaux Media)، فالعالم المعاصر الذي دخل بقوّة غير مسبوقة في ثورة الاتصالات يمتليء بكم هائل من المصطلحات والمفاهيم المتداخلة والمركبة، ولا سيّما تلك التي تُعنى بالميديا أو ما يُسمَّى بـ«ثورة الاتصالات». فإذا لم يكن هناك اختلاف في ترجمة

كلمة (New)، رغم أنها تعبر غير محايدين ذو حمولة ثقافية، فإنّ الكلمة الإعلام ليست الحلّ الأمثل لترجمة (Media). وسبب ذلك، أنّ مصطلح الإعلام يرتبط بمؤسسات (التلفزة والإذاعة والصحافة)، وهذه المؤسسات تمثل وظيفتها في إنتاج مضموناً موجهاً للجمهور، بينما تحيل التقنيات الحديثة إلى الوسائل التقنية الرقمية كالحاسوب والهاتف التي تقوم بعمليات التوصيل والنقل والتواصل. ذلك على الرغم من أنّ هذه التقنيات باتت تؤدي وظيفة الصحيفة والتلفزيون والإذاعة والكتاب معًا، ما أدى إلى تداخل واندماج بين وسائل الإعلام الكلاسيكية والتقنية الحديثة، كما أدى إلى تنوع وظائفهما وتنافسهما وتفاعلهما^١.

في «قاموس الميديا المفید» الذي نُشر تحت إدارة «فرنسیس بال» ورد تعريف لـ «الميديا» بـ «ـ تقنية يستخدمها فرد أو جماعة ليبلغوا فرداً آخر أو جماعة أخرى عبر لقاء غير مباشر وعلى مسافة معينة». و «ـ إذ تأرجح كلمة «ـ ميديا» بين التعريف الضيق والتعريف الشديد الاتساع؛ فذلك لأنّها تحيل إلى حقائق متمايزة غالباً، ولكن ليست مرتبطة ببعضها دائمًا: فهي تكون إما تقنية، أو استخداماً، أو جمهوراً، أو مؤسسة، أو في النهاية نوعاً أو شكلاً من التعبير»^٢.

في المجال نفسه، يوضح الباحثون في علم الإعلام المعاصر أنّ عبارة «ـ الإعلام الجديد»، التي شاعت خلال العقود الثلاثة الماضية جاءت نتيجة انتقال الإعلام التقليدي، بروافده المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية، إلى مرحلة جديدة من مراحل تطوره، بحكم الطفرة التكنولوجية التي طالت ميادين الإعلام والمعلومات والاتصال كافة، وانفجار الشبكات الرقمية، وفي مقدمتها 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.dictionary.com/browse/media>.

كوابل الألياف البصرية، والملقطة بالحواسيب، وبالهواتف النقالة. لذلك، فإن التسمية تستحضر بعد التكنولوجيا، خصوصاً تقنية الإنترنت على وجه التحديد. يضاف إلى ذلك، أن الإعلام الجديد يجري تعريفه على أنه تسيير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف من خلال عملية دمج وسائل الإعلام القديمة مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة، وذلك عبر تكنولوجيا الإنترنت وموقع 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 إن البدايات الأولى لتداول المصطلح بدأت في سبعينيات 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 تحول الأفكار إلى أحداث. والمقصود بالميديولوجيا^٢، أو علم الوسائل الإعلامية، هي تلك النظرية التي تعنى بالوسائل التقنية والآلية والمؤسسة التي يشغلها الفعل الثقافي. وقد ظهر المصطلح أول مرة سنة ١٩٧٩ م، مع جهود المفكر الفرنسي ريجيس دوبريه^٣ (١٩٤٠ م) التي أوردها في كتابه (السلطة الثقافية في فرنسا)^٤. وهو يعني بنوع خاص الوسيط الذي بواسطته تحول الفكرة إلى قوة

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 يتكون 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 الوسائطية (وهو الاسم الذي خصّ به ريجيس دوبري «نظريّته») بحثاً في الصورة حصرّاً، ولا في السمعيّ البصريّ أو الوسائط الجماهيريّة الإعلاميّة فحسب. إنّها بحث في الوساطات التي تتکفل بإرسال وتناقل وتواتر المعلومات والكائنات والحالات المادّية والذهنية. وهي بهذا المعنى ليست تصوّراً فكريّاً في التواصل لغوياً كان أم غير لغوياً، ذلك أنّ التواصل حالة (ساکرونّية بلغة اللسانين)، في حين أنّ الإرسالات والتنقلات والتواترات قد تأخذ البعدين معًا: الزمنيّ والتاريخيّ. لهذا يلحّ ريجيس دوبري على هذا المنحى، معتبراً أنّ الوسائطية ليست نظرية ولا مبحثاً علمياً ولا منهاجاً للدراسة، إنّها في الحقيقة حقل للتفكير تتقاطع فيه المناهج وتواشع في المعطيات.^٣

بهذا المعنى تغدو الوسائطية منظوراً جديداً لمعطيات الحياة والوجود، يتّخذ من تراكم الاهتمام بالوساطات مركزاً منهجاً له. ويمكن أن نعثر في تاريخ الفكر العالميّ على وسائطين سابقين على ولادة المصطلح، ذلك أنّ كلّ المفكّرين الذين اهتمّوا بالعلاقات والانتقالات قد ساهموا بهذا القدر أو ذاك في منح قيمة للوسائط. وإذا كانت الوسائطية كذلك، فإنّه من المنتظر أن يكون تطويرها رهيناً بنماء الدراسات المهتمّة بالوساطات، سواءً كانت تلك الوساطات ذات طابع مفاهيميّ كاللغة، أم كانت ذات طابع ماديّ كالصورة أو الدّرّاجة أو القطار أو

1. Medio

2. Logie

3. 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 فكريًّا أكثر منه تصوّرًا فكريًّا أو فلسفياً. وقد كان من اللازم انتظار أوّل اهتمام بهذا القرن كي يتبلور هذا الاهتمام ويُتّخذ في الآن نفسه منحًّا تنظيريًّا؛ لذلك لم يلبث الوسائطيون الفرنسيون أن تجتمعوا في إطار جمعيّة متخصّصة في الوسائطية تصدر مجلّةً متّميزة ذات ملفّات جديدة كلّ الجدّة عن القضايا الوسائطية. وقد عملت هذه المجلّة على منح الممارسة الوسائطية بعدًا أوسع، وانتزاعها من الطابع النظري التحليلي للزجّ بها في غمار الاكتشاف والبحث.^١

وفقاً لهذه الآليّات، تقوم التصاویر الرقميّة الجديدة بإنّتاج معرفة وسلطة لا حدّ لإنّغرائها. وبعد المسّبّار والمكروسكوب والتصوير بالأشعة، جاءت المعالجات المعلوّمية لتوسّع بشكل هائل من تحكّمنا في المسافات وفي الأعضاء وأمراضها، ومن أبنيتنا عبر التصاميم والرسوم، ومن فرضيّاتنا الفكرية نفسها، وذلك بتمكيننا من الترجمة البصرية للنماذج النظريّة المجرّدة. فأجهزة الرؤية الجديدة، تمكّننا، عبر مضاعفة معلوماتنا، من مضاعفة قدراتنا على التدخّل في محیطنا ومساحة تواصلنا مع الكون؛ ولأنّا غدّونا من الآن فضاعداً مجّهّزين برؤيه متكاملة^٢ فقد غدا بإمكاننا اكتشاف ما يتّجاوز مدارنا من دون أن نرتاده، وبرمجة المستقبل قبل الوصول إليه. يصل المكروسكوب الآن إلى ١/١٠٠٠٠ من المليمتر، كما أنّ المسابر الكبّرى 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 المبصّارات الإلكترونيّة

١. م. ن، ٢٩٧

2. Omniscope

٢. م. ن، ٢٩٨

والكاميرات الحراريّة، فقد مكّنت سائق الدبابة وربّان الطائرة ومستعمل مدافع البازو كا من الرؤية ليلاً، فيما يطلّون هم في الخفاء. كما مكّنت الأشعة بالصدى وبالأصوات القصوى من النظر إلى الجمجمة أو إلى حوض بشرى في أبعاده الثلاثة. إنّ الرؤية تعوّض السمع واللمس في التشخيص الطبّي. وتمكّن تصاوير المعتمدة على الرجع المغناطيسي من اختراق الأنسجة والخلايا والأعصاب. كما أنّ الأشعة الانعكاسية ما تحت الحمراء تخترق، بواسطة كاميرا فيديكون، المواد الأصلب. و تستطيع الصورة النيوترونية تصوير الأشياء والإمساك بها عبر المواد المعدنيّة، كما تمكّن الصورة الرقميّة من التحكّم الآلي في الروبوتات. وثمة الصورة المكّبرة الملقطة عبر الأقمار الاصطناعيّة من دائرة علوّها ٨٠٠ كيلومتر، وهي صورة ذات دقة عالية وتسير عن بعد وببعد ثلاثي فيضانات الأنهار وتقديم الرمال أو المجلّدات والهيكل الجيولوجي للأرض والترسبات البحريّة في الأنهار الكبّرى، وهذه الصور تتمّ معالجتها بالألوان الكلية^١ أو بال شبّحات المتعدّدة^٢. بل إنّ العالم شانجو يؤكّد لنا أنه لم يعد أبداً ضرباً من الطوباويّة تصوّر قدرة الكاميرات ذات البوزيترون على إظهار صورة الأشياء الذهنيّة على الشاشة في يوم من الأيّام. وقد كانت المهمّة الرسميّة التي قام بها ميشيل سير، والمتّمثّلة في إعادة بناء المجتمع التربويّ عبر التعليم عن بعد، في أصل صياغة الوسائل المعلوماتيّة بجعل توزيع المعارف داخل مجّموعة بشرى ما مرئيّة: إنّه دماغ المجموعة على شاشة منيّتيل. لكن، هل هذه التطورات التقنيّة دون مقابل؟ «ليس ثمة من شيء بالمعجان». فثمن هذا الفائض من الفعاليّة الموجّهة نحو الخارج يكمن في خلق عاهة رمزيّة في الداخل. منذ عشرات السنين، تمّ دفع ثمن

1. Panchromatique

2. Multispectral

التوسّع في الفضاءات القابلة للملاحظة والمراقبة بالاقطاع من أراضي اليوتبيا. فحين كان شبح الإشعاع الإلكتروني محمضوراً في النور الذي تراه شبكيّة العين، كان اللامرأي يملك واقعية لانهائيّة الكبر. مثلًا الحرّيّة والمساواة والأخوّة (يمكن لأيّ نظام كتابة تصوّرية ترميزها، فيما سيعجز أي ميكروسكوب إلكترونيّ عن جعلنا نراها مباشرة).^١

بعد كتابه السابق الذكر تابع دوبريه نشاطه الاستمولوجي حول مفهوم الميديا. وبعد كتابه (محاضرات في الميديا لو جيا العامة) الذي ظهر سنة ١٩٩١ م أول كتاب يعرّف بالدرس الوسائطي للميديا^٢. بيد أنّ هذا الكتاب يعتمد على مجموعة من الخلفيّات المعرفية التي تحيل على كتابات عدّ من كبار المفكّرين والأدباء الأوروبيّين أمثال: فيكتور هيجو^٣، (والتر بنجامين^٤، وبول فاليري^٥، ومارشال ماكلوهان^٦، والتر 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

وفرانسو داغوني^١، وبيرنار ستايغر^٢، وبير ليفي^٣، وجاك ديريدا^٤... وقد نشرت أهم كتابات ريجيس دوبريه حول الميديولوجيا في (دفاتر الميديولوجيا)^٥ ما بين ١٩٩٦ و٢٠٠٤ م، ومجلة الوسيط (ميديوم)^٦ سنة ٢٠٠٥ م، وما زالت مستمرة إلى يومنا هذا.

ومن هنا، فالмедиولوجيا هي عبارة عن نظرية علمية تجمع بين الثقافة والتقنية، وتحيل الكلمة على علم الوسائل، وبالتالي يهتم هذا العلم بمختلف الوسائل 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 يفكّ العلامات الرمزية والسيمائية في سياقها الزماني والمكاني والفنّي والجمالي والبصري. وليس هذا العلم مستقلّاً، بل يتّكئ على الفلسفة، وعلوم الإعلام، ونظريّات التواصل^٧.

تستند الميديولوجيا إلى مفاهيم عدّة، مثل: مفهوم الأكون الوسائلية^٨ الذي يهتم بدراسة مجموعة من أنظمة الإرسال والتواصل التي تشغّل عليها الثقافة في فترة زمنية محدّدة. ويعني هذا أنّ الكون الوسائلي يحدّد المكان الذي يحضر فيه بعد التقني إلى جوار بعد الرمزي والفنّي والجمالي. ومن هنا، يمكن الحديث

1. François Dagognet

2. Bernard Stiegler

3. Pierre Lévy

4. Jacques Derrida

5. Cahiers de médiologie

6. MediūM

7. حمداوي، المقاربة الوسائلية.

8. Les médiasphères

عن الكون اللغوي^١ الذي يعني بالواسطط الشفوي، والكون الكتابي^٢ الذي يهتم بالواسطط الكتابي أو الطباعي أو البصري، والكون القرصي، أو ما يسمى أيضاً 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 الأكون الوسائلية المختلفة لمنطق التتابع في الزمان من جهة، ولمنطق البرمجة من جهة أخرى. ولكن لا يصيّبها العدم، بل تحضر وتغيب بحسب رغبة المشغل وميوله الشعورية واللاشعورية.

وبهذا، يكون ريجيس دوبريه سباقاً إلى الحديث عن نظرية العوالم الممكنة من الوجهة الإعلامية أو الوسائلية أو الميديولوجية. والدليل على ذلك قوله بتعذر الوسائل الرقمية، وتعذر عوالمها الافتراضية والإعلامية والوسائلية. من جانب آخر تستند الوسائلية إلى وجهين أساسيين: الوجه التقني، والوجه التنظيمي أو السياسي أو المؤسسي. ويضم الوجه الأول كل الوسائل والأدوات والمستندات (الكتاب، الطريق، الدراجة...). في حين يقوم الوجه الثاني على المؤسسات والأمكنة وما هو قانوني وشريعي (البريد، المكتبة، المدرسة، المؤسسة الدينية...). مع كل ذلك، لا يعني الأمر أن الميديولوجيا خاضعة للحتمية التكنولوجية، بل تهتم بما هو ثقافي أكثر مما هو تقني وآل^٥ (jogging-L'effet).

1. La logosphère

2. La graphosphère

3. La vidéosphère

4. L'hypersphère

وتقوم المقاربة الميديولوجية أو الوسائلية على دراسة الثقافة على المستوى الكليّ (الدين، والفنّ، والسياسة، واللغة)، وعلى المستوى اليوميّ (المواد، والوسائل، والاستعمالات...)، مع تحديد الملفّات الموضوعاتيّة^١ التي افترحتها دفاتر الميديولوجيا أو مجلة الوسيط، مثل: الطريق، والورق، والدراجة، والحركة، والنقود، والحدود؛ أو الرابط بين التقنية والثقافة، بالتوقف عند الوطن والشبكات، والإضاءة الرمزية ووسائل الإنارة، وفكرة التضحية والأجيال التكنولوجية، والإرهاب وتقنية الفرجة.

وبالطبع لم يقتصر الاهتمام بمفاهيم الميديولوجيا على ما قدمه ريجيس دوبريه من نظريّات تأسيسيّة، فهناك مجموعة من الباحثين اهتمّوا بها، مثل: دانييل بونيyo^{٢٣}، ولوبي ميرزو^٤، وكاترين بيرتو لافونير^{٥٦}، وببير 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-Lavénir

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 بيريول^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 تسعينيات القرن العشرين. فكما سبق وأشارنا، فإنَّ الميديولوجيا أو (الإعلاميَّة) هو مصطلح جديد، لكنه متصلٌ بتاريخ طويل يصنفه

دوبريه في كتابه «علم الإعلام العام» ضمن ثلاثة عصور هي:

أولاً: عصر الإنتاج الخطِّي، وركيزة المخطوطة.

ثانياً: عصر الإنتاج المطبوع، وركيزة الكتاب.

ثالثاً: عصر الإنتاج السمعي البصري، وركيزة الصورة المتمثَّلة في السينما والتلفزيون والكمبيوتر.

إلا أنَّ العصور الميديولوجية لم توقف 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 ميديولوجيًّا جديًّا ظهر مع حضور الإنترنت القوي في العالم (ما يقرب من مiliارين ونصف المليار مستخدم)، وهو ما يسميه علماء الاجتماع بـ«عصر الإنتاج الساينتيري» وركيزة المجتمعات الافتراضية والفضاء الساينتيري^١.

ثم يشرح لنا دوبريه هذه العصور كالتالي:

• **العصر الأول:** يُطلق عليه اسم المجال الكلامي (Logosphere) أو الدائرة الكلامية، وهو «عصر لاهوتى تأثيه الكتابة من الله، «الله يملى والإنسان يدون ويملى بدوره». والديانات الكبرى مع التوراة والإنجيل والقرآن ثبتت الوحي الشفهي كتابةً. وهنا تبرز مكانة الكلام المقدّس والأزلية، وكما يصرّح دوبريه، فإن «العقل البشري لا يخترع، فهو ينقل حقيقة تلقّاها».

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

• **العصر الثالث:** وهو عصر المجال التلفازي^٣، أو الدائرة التلفازية، حيث انتقلت سلطة الإعلام إلى المرئي والمسموع، ونزول الكتاب من منصّته الرمزية^٤. أمّا عصر الميديا أو العصر الميديولوجي الذي يجري الحديث عنه، فيسمى بالجال الإنترنطي^٥ أو الدائرة الإنترنطية. وما يميّز هذا العصر أنّه يضمّ العصور الميديولوجية السابقة كلّها، 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 إلهيٌّ، إنما اتّخذ شكلاً جديداً من الكلام اعتمد على الحوار الإلكترونيٌّ بين إنسان - وآلة، ينقل من خلالها كلّ ما يريده من معلومات وكلّ ما يحتاجه من تواصل. كما يحتوي على المجال الخطّيٌّ، حيث تبرز الصحفة الإلكترونية والكتاب الإلكترونيٌّ^١ والموقع الإلكترونيٌّ التي اعتمدت على النص المكتوب، والاهتمام بالقراءة الإلكترونية على حساب القراءة الورقية التي من المتوقّع أن تزول مع ارتفاع سيطرة هذا العصر الميديولوجيٌّ الجديد. وكذلك يحتوي على المجال التلفازيٌّ من خلال ما يقدّمه من إمكانية مشاهدة الأفلام والأخبار والرياضة والفيديو كليب وغيرها من خلال الواقع الإلكترونيٌّ الكثيرة، ولا سيّما موقع يوتوب^٢ الشهير. وفي واقع الحال يتميّز هذا العصر الميديولوجيٌّ بنشوء المجتمعات الافتراضية التي سمحت للمشتركين بتكوين المجتمع الذي يرغبون به، والتواصل ضمن الفضاء السايريٌّ الرحب من دون أيٍّ حواجز مكانية وزمانيّة. وهذا ما أدى إلى ولادة «نيوميديا» متقدّمة عن الميديا التقليديّة التلفزيونية، لتحضر المجتمعات الافتراضية، لا سيّما الفايسبوك^٣، وتترك أثراً لها البالغ في نقل الخبر بالصوت والصورة والكلام والتعليقات وردود الفعل وتفاعلات الجمهور بسرعة فائقة ومذهلة؛ مما ساهم في تحريك ثورات وانتفاضات واحتجاجات شعبيّة شهدتها العالم العربيٌّ 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» أهمية خاصة منذ ظهور الثورة الاتصالية الحديثة؛ وعلى الخصوص تلك التي تتضمن البث التلفزيوني المباشر بواسطة الأقمار الصناعية، كما يتم عبرها توصيل محتوى معلوماتي ما إلى نطاق واسع من الأفراد عبر عدد محدود من الوسائل؛ كالبث الإذاعي والتلفزيوني، والسينما، دور النشر، وحديثاً عبر الإنترنت.

ويمكن لنا أن نلاحظ أن الـ«ميديا» لا بد من أن تحتوي على رسالة معينة؛ لأن الوسيط هو من يوصل إليك شيئاً معيناً، وقد تكون هذه الرسالة إما سلبية أو إيجابية، والقصد من ورائها التأثير على الثقافة أو الفكر أو السياسة العامة أو غير ذلك^١. وهذا ما تضمنته البحوث العلمية التي راكمت بنية معرفية غايتها تحويل الميديا إلى جزء أساسي من العلوم الإنسانية المعاصرة.

لقد تميزت الميديا في الجانب المتعلق بتكنولوجيا المعلوماتية بمجموعة من السمات الأساسية يوردها المتخصصون في علم الإعلام الجديد على الشكل التالي:

١. التفاعلية: وتعني تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي أن هناك أدواراً مشتركة بينهما في العملية الاتصالية، مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم، وأفضل مثال على ذلك استعمال نظام (Text Video) الذي يتيح تفاعلاً واضحاً بين المرسل والمستقبل، ويعد هذا النظام واحداً من أنظمة النصوص المتلفزة.
٢. تحديد المستفيد: وتدل على أن المعلومات سوف تكون محددة الغرض،

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

راجع أيضاً 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 البريدية الخادمة» التي تتيح للمشترك بها حيزاً واسعاً للتحكم بكلمة المعلومات المرغوب بها ونوعيتها.

٣. **اللاتزامية**: وتبين أهميتها من كونها تسمح بإمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط وجودها في وقت إرسالها، وهذا يعني أن هناك إمكانية لخزن المعلومات المرسلة عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة.

٤. **قابلية التحرك أو الحركة**: وتسمح ببث المعلومات واستقبالها من أي مكان إلى آخر أثناء حركة إنتاج المعلومات واستقبالها، وذلك باستخدام عدد من الأجهزة مثل الهاتف النقال وهاتف السيارة والتلفاز المدمج في ساعة اليد، وكذلك الحساب الإلكتروني النقال والمزود بطابعة.

٥. **قابلية التحويل**: وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء إلى آخر واستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقية إلى مصغرات فيل米ة وبالعكس، وإمكانية تحويل المعلومات المسجلة على هذه المصغرات¹ إلى الأوعية الممغنطة أو الليزرية، وكذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بنظام الترجمة الآلية.

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

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

٨. العالمية أو الكونية: وتعني إمكانية تناقل المعلومات فيما بين المستفيدين على مستوى العالم وذلك لتوافر التقنيات التي تسمح بذلك كمّا ونوعاً، وهذه السمة تضفي الكثير من المميزات على التواصل العلمي والتكنولوجي في مجال تناقل الخبرات ومن ثم يكون التواصل عالمياً^١.

١. النّجار، 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 الأول: الميديا بتكنولوجيا قديمة: ويعود هذا النوع إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، كالمجلّات الإخباريّة وبرامج الأخبار الحيّة.

النوع الثاني: الميديا بتكنولوجيا جديدة: وتمثله جميع الوسائل التي أُلفنا 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 حدوداً اصطناعيّة، بعد أن حدثت حالة التماهي بين الإعلام القديم والجديد وتبادل المنافع^١.

أمّا صحافة الإنترنت فتدخل ضمن خمسة تصنيفات فرعية، وهي:

الصنف الأول: صحافة الأخبار السائدة: وهي أكثر الأنواع انتشاراً، حيث توفر خيارات واسعة من المواد الصحفية المحرّرة بوساطة الموقع مأخوذه من موقع أخرى.

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

الصنف الثالث: صحافة المصادر المفتوحة: فجميع صحافة الإنترنت تقريرياً 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: م الواقع النقاش والمشاركة: حيث تتيح صحفة الإنترنت مجالاً للناس لتبادل الأفكار والمعلومات وما إلى ذلك.

الصنف الخامس: م الواقع التعليق: التي تتمحور حول وسائل الإعلام والقضايا الإعلامية على نحو عامٍ^١.

استعمارية الصوت والصورة

يعدّ الإعلام الجديد، أو ما سبق وأطلق عليه بـ «ثورة الميديا»، محطة أساسية هزّت نهاية القرن العشرين.

وحسب الخبراء فإنّ التأثيرات الحاسمة للإعلام الفضائي (التلفزة الكونية) - الإنترنـتـ والهواتف الذكـيـةـ لم تقتصر على مجال واحد في الحضارة المعاصرة، بل شملت معظم الميادين الإنسانيةـ.

وإذا كان ثـمـةـ الكثـيرـ من الإيجـابـياتـ التيـ لاـ يـمـكـنـ إنـكـارـهاـ لـالمـيـديـاـ،ـ وـخـصـوصـاـ تـحـقـيقـ التـوـاـصـلـ بـيـنـ الـحـضـارـاتـ وـالـثـقـافـاتـ الـمـخـتـلـفـةـ فـيـ الـمـجـتمـعـ الـعـالـمـيـ،ـ وـتـوـفـيرـ الـمـعـلـومـاتـ لـلـأـفـرـادـ وـالـجـمـاعـاتـ،ـ فـإـنـ تـوـظـيفـ تـقـنـيـاتـ التـوـاـصـلـ فـيـ مـجـالـ السـيـطـرـةـ وـتـفـكـيـكـ الـقـيـمـ الـأـخـلـاقـيـةـ وـالـدـيـنـيـةـ تـبـرـزـ الـوـجـهـ الـخـطـيرـ وـالـسـلـبـيـ لـهـذـهـ الـظـاهـرـةـ.

فـعـلـىـ هـذـاـ السـيـاقـ،ـ رـكـزـ بـعـضـ عـلـمـاءـ الـاجـتمـاعـ فـيـ الـغـربـ عـلـىـ سـيـاسـاتـ السـيـطـرـةـ الـتـيـ أـوـكـلـتـ لـمـجـتمـعـ الـإـعـلـامـ الـعـالـمـيـ.ـ وـقـرـرـواـ أـنـ الـمـيـديـاـ بـاتـ تـشـكـلـ الـوـسـيـلـةـ الـفـضـلـىـ لـلـهـيـمـنـةـ الـعـسـكـرـيـةـ وـالـاـقـتـصـادـيـةـ؛ـ كـوـنـهـاـ توـفـرـ الـمـكـانـ الـنـادـرـ الـذـيـ لـاـ يـكـونـ فـيـ الـمـسـيـطـرـ كـائـنـاـ مـرـئـيـاـ فـيـ مـوـاجـهـةـ الـمـسـيـطـرـ عـلـيـهـ؛ـ لـذـاـ فـإـنـ خـطـابـ الـمـيـديـاـ كـمـاـ يـلـاحـظـ الـفـيـلـيـسـوـفـ الـفـرـنـسـيـ مـيـشـيلـ فـوـكـوـ بـدـلـ أـنـ يـكـونـ الـعـنـصـرـ الـشـفـافـ أـوـ الـمـحـاـيدـ الـذـيـ تـكـتـسـبـ فـيـ الـسـيـاسـةـ طـابـعـاـ سـلـيـمـاـ،ـ شـكـلـ أـحـدـ الـمـوـاقـعـ الـتـيـ تـمـارـسـ

١. ديوز، الصحافة الإلكترونية.

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

ما لا يُشكّ فيه أن التحوّلات التي عصفت مؤخراً بالنظام العالمي، تعطي الكلام على حقيقة الميديا بعداً أكثر تعيناً وشمولًا. وقد أثبتت الإعلام بتقنياته الهائلة أنه دافع التحوّلات الكبرى في السياسة، والاقتصاد، والفكر، والفن، والثقافة. بل هو محورها ومحركها ومحرّضها.

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

الجدير بالذكر أن نهاية الحرب الباردة ١٩٨٩ - ١٩٩٠ شكلت بداية الانعطاف الفعلي 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 بالعقل واتجاهات الرأي العام في العالم. في هذا الخصوص، يقول جيمس كورث أستاذ العلوم السياسية في عدد من الجامعات الأمريكية: «إن الدور الذي تلعبه الولايات المتحدة في الصراع الهائل بين المنظمات الكبرى ووسائل الإعلام العالمية والشركات متعددة الجنسيات،

١. فوكو، نظام الخطاب، ١٠.

سيتوقف على نتيجة صراع آخر أكثر إيلاماً، ذلك لأنّ الفترة الأولى من تاريخ ما بعد العصر الحديث ستتضمن صراعاً موازيّاً، وحرّباً أهليّة داخل الولايات المتّحدة بين المؤسّسات المتعدّدة الثقافات والتسلية 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 التقليدي لشعب الأميركي وحكومة الولايات المتّحدة، لن تكون هي الممثل، بل المترّج - بل حتّى المسرح - لعالم ما بعد العصر الحديث، وستصبح ملائقياً للتاريخ لا صانعاً له...»^١.

وكان من البديهيّ إذاً أن تؤدي الشبكة الإعلاميّة الهائلة مهمّتها الكبرى باتجاه تفكّيك أنظمة القيم في العالم. وإذا كانت مجتمعات الأطراف أو ما يصطلاح عليها بالدول النامية آثرت خيار التقليدي والامتثال عموماً للهيمنة الإعلاميّة والثقافيّة - الأميركيّة، فذلك ما لم يحصل على الإجمال في المجتمعات الغربية. فكان أن انفجرت في وجه الزحف الإعلامي الأميركي تيارات وازنة في المجتمع المدني الأوروبيّ، تطالب بضرورة الممانعة والمواجهة. حتّى أنّ الحكومة الكنديّة استشعرت هذا الخطر وأعلنت على لسان السيدة شيلاكوبس النائبة السابقة لرئيس الوزراء وزيرة المالية لعام ١٩٩٧، وجوب مواجهة ما سمّته بـ«الإمبريالية الثقافية»، وأكّدت أنّه إذا أصرّ الأميركيون على فرض هيمنتهم على المجتمع الثقافي العالمي باستخدام الأدوات المتاحة لهم، فإنّ عليهم أن يتوقّعوا إجراءات مضادة.^٢

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

١. كورث، ماتزال أميركا أمّة، ٢٠.

٢. شيل، الرعب الإعلامي من شؤون الرئاسة في واشنطن.

على الأم من القوميّ لدول الغرب والأميركا على الخصوص. فهو في الأساس يندرج ضمن أولويّات الاستراتيجية العليا، ثمّ ينحدر ويتوّزع على استراتيجيات الحرب والاقتصاد والأمن والمجتمع الداخلي وأنظمة الأمّ من الإقليميّة والدوليّة.^١ وإذا عدنا إلى الحرب الدعائيّة الغربيّة التي خضعت في الماضي يتّضح لنا أنّ صناعة الأفلام الأميركيّة لعبت فيها دوراً إلى جانب دور الصحافة، ولننظر إلى الدعاية التي يخلفها فيلم يشاهد مئات الملايين من البشر؟ من من لم يسمع أو يقرأ كتاب فيل تايلور: «ذخائر العقل» والوصف الذي جاء فيه حول شنّ حملة دعايات واسعة عبر سلسلة أفلام الأميركيّة أشرف عليها مكتب «الدعاية والمعلومات الحربيّة» الأميركيّ بعد أشهر قليلة من الهجوم الياباني على القوات الأميركيّة في ميناء بيرل هاربر عام ١٩٤١؟ كانت وزارة الدفاع الأميركيّة التي كان يُطلق عليها في ذلك الوقت اسم «وزارة الحرب» تنفق سنويّاً مبلغ ٥٠ مليون دولار. وهذا مبلغ كبير جدّاً في ذلك الوقت - على إنتاج الأفلام أثناء الحرب العالمية الثانية من أجل ترويج الدعايات الحربيّة التي ترغب بها المصالح الأميركيّة داخل الولايات المتّحدة 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 المتّحدة ما يزيد على المئة عام من التجارب الواسعة في التسويق الإعلاميّ لسياسات إداراتها في الداخل والخارج.

وبحسب البروفسورة نانسي سنو المتخصّصة في علم الدعاية وهي إحدى أبرز الكوادر في وكالة المعلومات الأميركيّة، أنّه كان لدى الرئيس الأميركيّ وودرو ويلسون وزير خارجيّته جورج كريل واللجنة «الإعلاميّة العامة» برنامج لتدجين

1. Tod Gitlin, Media Unlimited: How the torrent of Images and Sons over Whelms our lives New York2002.

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

وتتحدث فكتوريا دي غراتسيا الكاتبة في (نيويورك تايمز) عن الطريقة التي تعمل بموجبها جهود الدعاية الأميركيّة بالمقارنة مع الطرق والأشكال الأخرى، فتقول: «إنَّ النشر والإعلان اللذين يدعمهما القطاع الخاص الأميركيّ كانوا في خدمة حكومة تقدّم نفسها بمظهر من يعارض التدخل الواسع الخارجيّ، ومن يحاول تطويق وحصار قادة دول ترى أنّهم ديكتاتوريون، من أجل تصوير نفسها أمام الجمهور الأميركيّ بصورة من يحمل رسالة إنسانية عقلانية تجاه الجمهور الذي يحمل هذه الأفكار. وإذا كانت أنظمة دول أخرى قد تقوم بالدعاية لـ«يديولوجياً متشددة، وبشكل مباشر، فإنَّ الديمقراطية الأميركيّة تفعل ذلك بشكل يستخدم المثل الرفيعة». وهذا القول يدلّ على أنَّ مؤسّسات النشر والدعاية التي تعمل مع القطاع الخاص كانت خدماً للدعاية الأميركيّة، وهذا بالضبط ما تقوله الشركات الدعائية الكبرى حين تصف وظيفة «وكالة المعلوماتية الأميركيّة» أثناء الحرب الباردة وما بعدها. والحقيقة هي أنَّه 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 العالمية الأولى اختلطت الإعلانات والدعويات بترويج الحرب

١. سنو، حوار مع شبكة «غوريلا» الإلكترونية.

والمساعدات الخارجية والتبادل الثقافي؛ وهذا ما خلق إشكالاً حقيقياً للإدارة الأمريكية في عام ٢٠٠٢. وكان ثمة تساؤل عما إذا كانت الولايات المتحدة، وهي الدولة التي تعتبر نفسها الأولى في فن الدعايات، ستتجنب أن تتدخل في عملية يُخلط 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 الأمريكية واللجنة الاستشارية الدبلوماسية، بإدخال أسنانها إلى برامج الإعلانات والدعایات الكبرى من أجل إعادة إبراز وجه أميركا في العالم بال貌ه المطلوب.

وهذا ما ترحب به أميركا بأن تشكله للعالم: إنه مظهر البائع المطلق^١.

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

في عرضه لمكونات وأسس الإمبراطورية الإعلامية الأمريكية يسأل الباحث الفرنسي ميشال بوغونون: لماذا يمكن أن يشكل احتكار الاتصال امتيازاً أو كسباً حاسماً لمن يستطيع امتلاكه؟ ويجيب: لأنّه يغطي كلّ وظائف البشر الروحية: ثم ينبري ليلاحظ أنَّ النجاح الأول للأميركا في مجال الاتصال، قام على مفارقة لافتة: فهي أمَّة قنَّاصَة، وشرسَة، مسؤولة عن عدَّة تدخلات خارج حدودها الشرعية، منذ نهاية حرب الاستقلال، وهي من وجه آخر موضوع كرِّه 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

الدولية، القوة المالية، وكذلك فال الأميركيون يدينون لسلبية الأجهزة الإعلامية والمؤسسات التربوية والحكومات في مجلـم العالم^١.

لقد انبـتـتـ العـمـارـةـ الـإـعـلـامـيـةـ الـأـمـيرـكـيـةـ عـلـىـ اـمـتـادـ تـارـيـخـ طـوـيلـ.ـ وـمـكـتـهاـ الـاسـتـهـدـافـاتـ الرـسـالـيـةـ وـالـإـيـدـيـوـلـوـجـيـةـ مـتـضـافـرـةـ مـعـ الـمـجـمـعـاتـ الصـنـاعـيـةـ وـالـعـسـكـرـيـةـ بـالـتـواـزـيـ معـهاـ مـنـ التـطـوـرـ المـطـرـدـ بـاتـجـاهـ السـيـطـرـةـ^٢.

سنة ١٨٤٨، ولدت في الولايات المتحدة الوكالة الصحفية، «آسوشـيـتـدـ بـرـسـ»؛ تـلـتـهـاـ سـنـةـ ١٩٠٧ـ «ـيـوـنـيـتـدـ بـرـسـ آـسـوـسـيـشـنـ»ـ،ـ وـ«ـالـإـنـتـرـنـاـشـيـونـالـ نـيـوـزـ سـرـفـيـسـ»ـ سـنـةـ ١٩٠٩ـ،ـ المـجـمـعـةـ سـنـةـ ١٩٥٨ـ فيـ وكـالـةـ «ـيـوـنـيـتـدـ بـرـسـ إـنـتـرـنـاـشـيـونـالـ»ـ.ـ وـإـذـاـ أـضـفـنـاـ وـكـالـةـ «ـرـوـيـتـرـ»ـ (ـتـسـمـيـ الـآنـ «ـرـوـيـتـرـزـ»ـ)ـ الـتـيـ تـتـنـمـيـ،ـ الـيـوـمـ،ـ إـلـىـ صـحـافـةـ بـرـيـطـانـيـاـ الـعـظـمـيـ وـأـوـسـتـرـالـيـاـ وـنيـوزـيلـنـداـ،ـ وـتـكـتـفـيـ عـلـىـ غـرـارـ مـعـظـمـ الـوـكـالـاتـ غـيرـ الـأـمـيرـكـيـةـ فـيـ الـعـالـمـ،ـ غالـبـاـ،ـ بـتـكـرـارـ مـعـلـومـاتـ الـوـكـالـاتـ الـأـمـيرـكـيـةـ،ـ فـإـنـاـ نـحـصـلـ عـلـىـ تـكـتـلـ قـادـرـ عـلـىـ مـراـقـبـةـ ٩٠ـ%ـ مـنـ الـإـعـلـامـ الـمـبـثـوـثـ.

وـمـعـ الصـحـفـ الـكـبـرـىـ الـتـيـ بـلـغـتـ جـمـهـورـاـ عـالـمـيـاـ (ـنـيـوـيـورـكـ تـاـيمـزـ،ـ وـنـيـوـيـورـكـ هـيـرـالـدـ تـرـيـبيـونـ)،ـ وـالـدـوـرـيـاتـ (ـرـيـدـرـزـ دـاـيـجـسـتـ،ـ نـاـشـيـونـالـ جـيـوـغـرـافـيـكـ مـاـغـاـزـيـنـ،ـ بـلـايـ بـوـيـ،ـ تـاـيمـ،ـ نـيـوزـوـيـكـ،ـ وـشـبـكـاتـ NBCـ وـABCـ،ـ CNNـ الـشـبـكـةـ الـعـالـمـيـةـ الـأـوـلـىـ)،ـ وـمـنـذـ عـامـ ١٩٨٠ـ صـارـتـ الـلـوـلـاـيـاتـ الـمـتـحـدـةـ تـمـلـكـ سـلـطـانـاـ ذـاـ مـدـىـ لـاـ يـسـبـرـ غـورـهـ،ـ يـسـمـحـ لـهـاـ مـنـذـ عـشـرـاتـ السـنـينـ،ـ بـقـوـلـهـ فـكـرـ بـضـعـةـ مـلـيـارـاتـ مـنـ الـأـفـرـادـ.ـ وـعـبـرـ الصـحـافـةـ وـالـسـيـنـمـاـ وـالـتـلـفـزـ وـالـرـادـيوـ،ـ وـجـدـ الـأـمـيرـكـيـونـ طـرـيـقـةـ لـتـصـوـرـ الـثـقـافـةـ وـالـآـدـابـ وـالـإـعـلـامـ وـالـسـيـاسـةـ وـاسـتـعـمـالـ الـقـوـةـ،ـ وـالـإـمـلـاءـ وـلـفـظـ الـلـغـةـ الـإـنـكـلـيـزـيـةـ،ـ وـلـاـخـرـاقـ الرـؤـوسـ^٣.

١. راجع: بوغنو، أميركا التالية، ٢٤٥-٢٤٦.

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

٣. م.ن.

إعصار الفضائيات

المركبة الميدياوجية 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 الأمريكية «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 تمتلك باليهود من الصحفيين والإداريين والفنين، 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 الأمريكية من خلال وجودها على مقربة من موقع القرار السياسي من إلقاء الضوء على المناطق المعتمدة وتلك المskوت عنها في العلاقة الخفية التي تربط الإمبراطورية الإعلامية باليهود والبيت الأبيض والبيتاغون ووكالة المخابرات المركزية (سي.آي.إيه). تقول: إنَّ أبحاثها تطرق مواضيع تعلق بالدعائية التي بدأت تسود في الولايات المتحدة والعالم، الذي بدأ يتشكل فيه وضع جديد قبيل غزو أفغانستان، وعلى الوضع الذي تحول فيه وزير الدفاع دونالد رامسفيلد إلى أكبر مروج دعايات للمتشددين 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 أنَّ «الإرهاب ليس شيئاً يذكر من دون وسائل إعلام»، كما يقول عالم الاجتماع الفرنسي جان بودريار. فوسائل الإعلام برأيه، هي جزء لا يتجزأ من الحدث، ومن الرعب، وقد تؤدي دورها في هذا الاتجاه أو ذاك، وبالتالي فإنَّ الفعل القمعي يسلك المسار غير المرتقب نفسه الذي يسلكه الفعل الإرهابي، ولا أحد يعلم عند أيٍ حد سيتوقف، والانقلابات التي ستليه. ما من تمييز ممكن، على مستوى الصور والإعلام. وفي سياق شرحه لمقوله الإرهاب المركب (الرمزي / الواقعي) يبيّن العالم الفرنسي بودريار وجهاً آخر للإرهاب دفع به الإعلام الأميركي الموجَّه بوسائله الكثيرة والكبيرة إلى أن يتحول من مجرد صوت وصورة إلى باعث لزمن وواقع جديدين. هذا الوجه الآخر للإرهاب يكمن في أنَّ كُلَّ الأشكال الأخرى للعنف وزعزعة استقرار النظام تتضافر لصالحة: إرهاب معلوماتي، إرهاب بيولوجي، إرهاب الإنتراسن والشائعات، هذه كلّها تنسب إلى بن لادن، حتّى أنه صار بإمكانه أن يعلن مسؤوليته عن الكوارث الطبيعية. كُلَّ أشكال اللاتّنظيم والتداول الشاذ مفيدة له. وحتى بنية التبادل العالمي المعمم تخدم التبادل المستحيل. كأنّها الكتابة الآلية للإرهاب يرفلها باستمرار الإرهاب (غير المتعمّد) للإعلام، وبكلِّ ما يتوجّب عليها من تبعات الهلع: فإذا كانت الإصابة، في قضيّة الإنتراسن هذه كلّها، تتمّ من تلقائها عبر التبلور الآني، على غرار محلول كيميائي؛ إذ يمسّ مسَاً إحدى الخلايا، فهذا يعني أنَّ السيستام بأسره قد بلغ كتلة حرجة تجعله عرضة لأيٍ اعتداء^١.

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

هكذا لم تكن الميديا التي أنجبتها الحداثة الغربية في أيّ يوم بريئة من غيابها السياسية. وحين يذهب الإعلام المسيطر ليُسْوِغ ثورته المعلوماتية عن طريق وسائل التواصل، فلا يفعل هذا إلّا لخدمة طبقة سياسية تتصدر عرش العولمة وشركاتها الكبرى. وعلى امتداد هذه الملحمة الفظيعة تلقي إمبريالية الصورة والصوت بظلالها فوق عالم يترنّح، وإنسان يواجه حالة من الانفلات والضياع.

وبعد.. فالسؤال الكبير الذي طرّحه ثورة الميديا هو ما يخصّ الطريقة التي يمكن فيها مواجهة الآثار المعنوية والأخلاقية التي تُنعكس سلباً على القيم الإنسانية للشعوب، وخصوصاً شعوبنا العربية والإسلامية. ولا شكّ في أنَّ الأخلاق الفطرية التي توفرّها الطبيعة البشرية، وبالتالي الأخلاق الدينية والقوانين المدنية التي تنتظم فيها المجتمعات، ستشكّل أساساً لحفظ القيم في مجتمعاتنا، لتأليف نظام للقيم في كلّ ما يتصل بتدبير الشأن العام والعلاقات بين أفراد المجتمع.

استناداً إلى ما تقدم، تسقط خرافة الحياد الإعلامي، لتمضي القوى المهيمنة على المجتمع الإعلامي العالمي في حروب لا نهاية لها، ولا سيّما الحرب المعنوية التي تخاض للتأثير على عقول الناس وتوجيه ثقافاتهم عبر الصورة والصوت. وذلك ما يسمّيه ناقدو «الميديا المعلومة» بـ«الإمبريالية الناعمة»، وهي تلك السلطة الطاغية التي تعرّج في الأثير اللامتناهي، فتتجاوز الحدود، وتنكث العهود، وتخرق سيادات الدول.

لائحة المصادر والمراجع

١. بودريار، جان، *ماذا يفعل الغرب ضدّ الذين يقاتلونه بموتهم*، (لوموند) ٣/١١/٢٠٠١، «نواخذ» ترجمة بسام حجار ١١/١١/٢٠٠١.
٢. بوغنو، ميشال، *أمّيركا التوتاليتاريّة، الولايات المتّحدة والعالم إلى أين*، قدم له: بيار سالينجر، تعرّيف خليل أحمد خليل، دار الساقى، لندن، بيروت ٢٠٠٢.
٣. الحمامي، الصادق، *الميديا الجديدة: الاستمولوجيا والأشكال والسياقات*، المنشورات الجامعية، الإمارات العربيّة المتّحدة، الطبعة الأولى، ٢٠١٢.
٤. حمداوي، جميل، *المقاربة الوسائلية* (L'approche médiologique)، بحث خاص في إطار محاضرات جامعية، الرباط، المملكة المغربية ٢٠١٦.
٥. حيدر، محمود، *استراتيجيات الإعلام الأميركيّيّ* بعد الحادي عشر من أيلول، محاضرة في مؤتمر كلمة سواء، الأونيسكو، بيروت ٤-١٥ ٢٠٠٢.
٦. دوبرية، ريجيس، «حياة الصور وموتها»، ترجمة: فريد الزاهي، دار أفريقيا الشرق، بيروت ٢٠٠٢.
٧. ديفنز، ريتشارد، *وسائل الإعلام الجديدة والسياسة الأميركيّة*، دراسة أكاديمية، جامعة أوكسفورد ، نيويورك ١٩٩٨.
٨. ديوز، مارك، *الصحافة الإلكترونية*، شبكة ويب العالمية، المجلد السادس، العدد ١٥-١٢ ٢٠١٢.
٩. سنو، نانسي، حوار مع شبكة «غوريلا» الإلكترونية حول كتابها «حرب المعلومات: الدعاية الأميركيّة والسيطرة على الرأي العام»، نيسان (أبريل) ٢٠٠٣.
١٠. شيلر، هربرت، *الرعب الإعلاميّ من شؤون الرئاسة في واشنطن*. لوموند ديلوماتيك، الطبعة العربيّة، الشهريّة، آب (أغسطس) ١٩٩٧.
١١. فوكو، ميشيل، *نظام الخطاب*، ترجمة محمد سبيلا، دار التنوير، بيروت.
١٢. كورث، جيمس، *ما تزال أميركا أمّة؟*، مركز الدراسات الاستراتيجيّة والبحوث والتوثيق، بيروت.

١٣. النجار، حسن رضا، تكنولوجيا الاتصال: المفهوم والتطور، بحث أكاديمي، جامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠١١.

١٤. الوز، حسن، الإعلام، أدوار ومبرادرات، 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.dictionary.com/browse/media>.

27. Definition of media in British and World English in Oxford dictionary.
Meaning, 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 Sounds 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 والتصنيم رهانٍ على التسلط الأميركي والإرهاب

عامر عبد زيد الوائلي^١

مدخل

بلغ الزمن التكنو-إلكتروني حدوده القصوى مع ظهور ثورة الاتصالات في أواخر القرن المنصرم، غير أنَّ هذا التطور العلمي لا يتوقف عند حدود الاستخدام التقنى، وإنما دخل في حركة النزاع بين الدول والمجتمعات. وقد لعب المركز الصناعي الغربى الممتحن للميديا دوراً حاسماً في توظيف الإعلام المعاصر للهيمنة على الشعوب ب مختلف المستويات.

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

نود هنا أن ندخل في الإطار النظري لهذا البحث، وهو جدلية الصراع بين الأنما والأخر سواء أكان الآخر الغربي أم الآخر الشمولي الأصولي الإرهابي الذي يرفض التحاور أو التعايش ضمن فضاء تعددي، وعلى هذا الأساس نلمسُ آثر حروب الإرهاب المدمر للواقع العربي الإسلامي، وكيف تحولت المنطقة إلى أتون مشتعل يسهم في إشاعة الهيمنة الغربية؛ إذ تبدو تلك الاستراتيجية القائمة على الخوف والتخييف جلية، فهي استراتيجية كبرى تتبعها قوى الهيمنة؛ للحفاظ على مصالحها وهيمتها، وبناء موقع متقدمة لها في بلداننا العربية.

١. أستاذ الفلسفة الوسيطة (إسلامية - مسيحية)، جامعة الكوفة، العراق.

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

وبهذا تبرغ راهنية هذه المشكلة بأبعادها المترامية الأطراف كلّها، وقد شكّلت منهاً واسعاً وثراً للدراسة. ومن الممكن جمع ثنائية (التصنيع والتصنيم) التي تمظهرت في العلاقة بين العقل الإمبراطوري الأميركي والعقل الأصولي الإرهابي. وستتناول أهم ما يُميّز هذا الموضوع بالتحليل:

من خلال تحليل الخطاب الإعلامي، وكيف هيمنَ عليه « العقل الاستراتيجي » - بحسب توصيف هابر ماس - المتمرّز حول الذات الغربية، إذ كشف عن جملة من المشكلات، منها : الهيمنة الغربية، وصراعات القوى المتحالفه 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 أساس عصرية تقوم على التعددية السياسية، ومن ناحية أخرى هناك ضرورة لبناء المجتمع على أساس جديدة بدل التشويهات الطائفية والإثنية وإحلال منطق التعايش بدلاً عن منطق الإقصاء والتهميش السياسي والحقوقي والاجتماعي؛ مما يعني إعادة النظر بالعقل الاستراتيجي القائم على الهيمنة الشمولية، وإحلال منطق التواصلي المتسامح الذي يقود إلى الاعتراف بالحقوق لكلّ طرف ضمن علاقة تقوم على

1. Think tanks

2. المقيد، أميركان إنتربرائز إنستيتوت، ٦-٧.

تأسيس إجماع سياسي واجتماعي جديدين ضمن فلسفة سياسية معاصرة، تحاول تجاوز الأزمة العالمية ونقدّها، (هي أزمة الإنسان المعاصر والعقل الكوني في مواجهة المشكلات والعقليّات المسيطرة التي تزداد تأزّماً وتعقيداً، كما هي حال المشكلات الأمنية بشكل خاصّ، حيث محاربة الإرهاب، تولّد المزيد من العنف الأعمى والقتل المجاني والعمل البربري^١) وهي في الوقت نفسه تخلق ردود فعل، فحين يُنظر إلى أيّ دولة على أنّها تحاول الهيمنة على الدول الأخرى ييرز «ردد فعل» يقاومها.

وهذا يُبَدِّد الجهود في مواجهة المشكلات الحقيقة لنا جمِيعاً، مثل أزمة البيئة العالمية التي يمكن أن تجعل جوانب تقدّمنا الأخرى كافّة بلا معنى، إذ لم نتعامل معها بنجاح، فإنَّ تصاعداً حَدَّ الجفاف والفيضانات الكاسحة والعواصف الهاوجاء، أثَّر قاسٍ حقاً.^٢

وفي النتيجة إنَّ الأطروحة التي نحاول تقديمها هنا هي كشف التلازم والتدخل بين العقل الإستراتيجي أي الهيمنة الأميركيّة والإرهاب، من خلال تحليل الخطاب الإعلامي الغربي عامّةً والأمريكيّ خاصّةً، ومعرفة دوره في تصنّيع صورة متخيلّة عن العدو المتمثّل بالإسلام أو ما يُعرف «الإسلاموفوبيا»، وفي مقابل هذا هناك التصنيم المتمثّل بالخطاب الإرهابي الإعلامي، الذي يحاول رسمَ صورةٍ متواحشةٍ غير قابلة للتعايش، وهذا يتجلّى في خطابه بوضوح.

إذ يمكن تأصيل الصورة على مستوى اللغات هناك تعدد للمصطلحات المستعملة في التعبير عن «الصورة» في اللغة العربيّة، وفي اللغة الإنجليزية؛ ففي اللغة العربيّة نجد مصطلحات: الصورة، الصورة الذهنيّة، الصورة النمطية،

١. حرب، أزمة الحداثة الفاقفة، ١٥.

٢. انظر: جور، هجوم على العقل، ٢٤٣.

والتعميمات النمطية، والقوالب النمطية الجامدة وغيرها. وفي اللغة الإنجليزية نجد مصطلحات عديدة أبرزها «the image» و«tabloid» وغيرها^١. وقد تجلّت هذه الصورة في الخطاب الإعلامي الأميركي والإرهابي معاً في نظرتهم إلى الآخر خارج الذات، وكان بين هذين الخطابين بنية مشتركة عامة هي العقل الإستراتيجي. ومن ناحية أخرى فإنَّ الصورة النمطية التي يرسمها الإعلام الغربي يحاول الخطاب الإرهابي أن يقرَّها على مستوى القول والعمل. ومن ثمّ يمكن أن نجد أنَّ أهمَّ تمظُّرات هذه الأطروحة في ما يُعرف بآليات إنتاج العدو، وغاياته المنشودة في صناعة الظروف المناسبة لظهور الخطابات المتشدّدة في المنطقة التي تحولُّه إلى شرطة عند الغرب؛ مما يعني ظهور خطابات متطرفة تعمل تحت الأرض من أجل نبذ المجتمع وتکفيره؛ لأنَّه صامت على استبداد الحكومات. والاستفادة من وجود الأنظمة المستبدّة من أجل خدمة أهدافِه؛ وفي النتيجة جعلها أداةً في خدمة أهدافِ الغربي في المنطقة.

إنَّ انتشارَ نمطِ جديٍ من الشروخ المجتمعية يستحضر الانقسامات القومية والاثنية والطائفية، وهذا أدى إلى احتلاق حروب إثنية جديدة على منطقتنا (الشرق الأوسط) التي هي أكثر الجغرافيات تعرّضاً للتأثير هذه الحروب المفترضة؛ لأنَّها خاضعة لتصنيفات إشكالية كثيرة؛ فيستخدمها العقل الغربي الأميركي في مواجهاته لأزمات الصراع الحادثة في المنطقة. ولأنَّها تضُّجُّ أيضاً بأنواع كثيرة من الأعداء الأيديولوجيَّين والدينيَّين والعقائديَّين؛ تكون ممتهنةً بأشكالٍ متقطعة من الثقافات العدوانية والثقافات التابعة التي تجعل منها ميداناً واسعاً لصراعات داخليَّة معقدة، وهي ميدان لصراعات غير متكافئة مع أعداء عابرين للقارات وأعداء دينيَّين ذوي مرجعيات تاريخيَّة، وربَّما أعداء لهم توصيفات إرهابيَّة

اكتسبت سمة التوهم بالعالمية. وهذا يكشف أن هذه التوصيفات والتحليلات محكومة بالأحكام المسبقة؛ وهذا يجعل تلك المنهاج المعتمدة من الخبراء العلميين تفتقر للمسوغات العلمية في تحليل الأسباب المباشرة والكامنة خلف ظاهرة الأصولية عامة والإسلامية خاصة، من خلال كشف آليات التفكير التي لا تزال مجهولة لدى هؤلاء الخبراء سواء أكان هذا على صعيد المنهج العلمي أو الرؤية الموجّهة لهؤلاء الخبراء على مستوى تحديد الأولويات على أساس المنطق العلمي الذي فشل في تعزيز طرق البحث، والنماذج الجاهزة التي تما وراثتها عن برامج العلوم الاجتماعية^١.

وعلى الرغم من هذا النقد نجد أن تلك المراكز البحثية قد اعتمدت آليات متعددة من أجل تعميق الشرخ الإثني والطائفي^٢؛ ولننظر إلى أدبيات 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 يعرض (المجتمع الدوليّ) كما يرد في الأدبيات الغربية الأميركيّة إلى تهديدات خطيرة، كما أن طبيعة الإعلام الموجّه إلى هذه المنطقة يأخذ حيزاً كبيراً في وسائل الإعلام الأميركيّة بشكل خاصّ.

إن الصراعات تستهلك الأموال من أجل التسليح من الصناعات العسكريّة الأميركيّة والغربيّة؛ وفي النتيجة يُشرعن الخطاب السياسي الأميركي شنّ الحرب من أجل توسيع التدخل في المنطقة وغزوها وتدميرها.

هذه هي فرضيّة البحث، فإنَّ الاثنين متوفقاً على اختلاق المسوخ العدو، ثم يسوّغان الحرب وتدمير المنطقة وإخضاع شعوبها للموت.

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

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

إنَّ هذه الاستراتيجية القائمة على التخويف نجدها في الخطاب الإعلاميِّ الأميركيِّي ونجدها أيضًا في الخطاب الإعلاميِّ الإرهابيِّ، وهو ما نحاول تحليلهُ أو توصيفهُ هنا.

المبحث الأول: ظاهرة التصنيع في الإعلام الأميركي

ثُمَّة تعريفات تصف عملية الاتصال، فمن زاوية النفسية نجد تعريف «هوفلاند»: «الاتصال هو العملية التي يقوم بمقتضها الفرد القائم بالاتصال بإرسال مثير، عادة ما يكون لفظيًّا، لكي يعُدُّ من سلوك الآخرين». ويعرفه «دافيد بيرلو»: «السلوك الاتصالي يهدف إلى الحصول على استجابة معينة من شخص».

أمَّا من زاوية اجتماعية فيعرِّفه «جورج جدبر» بقوله: «الاتصال هو العملية التي يتفاعل بها بعض الأطراف من خلال الرسائل من سياقات اجتماعية، اجتماعية التي يتم بمقتضها تبادل المعلومات والأراء والأفكار في رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة»^١.

والتأثيرُ الأخطرُ للإعلام ضمن هذه الأبعاد النفسية والاجتماعية يتمثل في أنه يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكتنا الواقع، وإذا قلنا إنَّ الإنسان يتفاعل مع الواقع بحسب تصوره له؛ فإنَّ الجهة التي تشكَّل إدراكُ الإنسان واقعه تحكم فيه حرفيًّا^٢. وفي النتيجة إنَّ الحديثَ عن حضور الإعلام في الواقع جعل بعض النقاد يبيِّنون أثرهُ الذي وصل إلى حدٍّ خلق واقعٍ مغايرٍ للواقع الحقيقِيِّ وبديلٍ منه، فقول جان بودريyar في مقالته الشهيرة بعنوان «حرب الخليج لن تقع». كان العنوان لافتًا في لا معقوليَّته نابعًا من تأويلٍ للحدث، فقال: حين يراقب العالم الحرب على

١. فهمي، هندسة الجمهور، ٢٥.

٢. م. ن. ٣١.

شاشة التلفزة يشعر أنَّ الحرب لا توجد في الواقع، بل فقط على تلك الشاشات^١. ولعل تأويَّله نابعٌ من بلاغة الخبر الإعلامي وأثره الذي فاق ما هو واقعيٌّ، فهو القائل «ما يميّز ما فوق - الواقعية هو أنَّها تعدم العلاقة الثانية بين الدال والمدلول، لتبقى الرمز فقط... فإنَّ الرمز... لا يحجب الواقع، بل حلذ هو نفسه مكان الواقع، بتدميره ثنائية الدال والمدلول. مما يعني أنَّ سلطة الرمز افترست المرجعية التي يشكّلها أو كان يشكّلها الواقع.... ولما كان الواقع مدمّراً وحقيقة مدمّرة، لا يعود هناك مجال لغير الكلام على حقيقة المصطنع»^٢. وهكذا تظهر مفردة التصنيع جليةً؛ بمعنى أنَّ الإعلام هو من يقوم باختلاق عالم بديل يعبر عن مالك أدواتِ الإعلام، فهذا العالم ليس حقيقياً، بل هو مزيّفٌ يحل محلَّ الحقائق بقوةِ مالك أدوات الإعلام على صناعة الحقائق الواقعية وتسويتها؛ فهو صورة كاذبة تحل محلَّها، وهذا أيضاً ما يؤكّدُه جان بودريار بقوله: «لا يعني البشر التقنيين، لا يعني المأجورين والموظفين والمتخصصين، فهم أقرب إلى الآلة الذكية يقودها ويشغلها بشر يملكونها»^٣ فهذه الأداتية هي من أبرز معالم العقل الإستراتيجية كما يقول هابر ماس؛ إذ يؤكّد في كتابه (التقنية والعلم) كايديلوجيا إلى عقل الأداتي يعبر عن العقلانية الأداتية التي لها أثرٌ مهمٌّ في المجتمع الرأسمالي الغربي^٤.

فالتأويل بهذه الصيغة بعيد عن الحوار والتواصل القائم على تقديم الحجج والبراهين، بل يعتمد على فرضٍ صوريٍ مصطنعٍ تحل محلَّ الواقع و تعمل على تزييف الوعي؛ لهذا يؤكّد «قدم الإعلام الغربي عن حرب الخليج صورة إيديولوجية ليس لأنَّ الإعلام مستقلٌ وسيّد نفسه، بل لأنَّ القوة 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 أبوالنور حسن، يورجين هابر ماس الأخلاق والتواصل، ١٣٣.

استخدمته للتضليل»^١؛ وهذا يجعلنا نواجه واقعاً مزيفاً^٢ أو واقعاً متخيلًا^٣، يتم اصطناعه عن الآخر أو ميتاخرافه^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 المقدرة وتعظيمها، حتى إنَّ كثيرين منهم لم يتورّعوا عن وضع سلاح الإعلام كسلاح موازٍ للسلاح النووي وأسلحة الحرب الإلكترونية، وكذلك للأسلحة التكنو - اقتصادية بأحيازها المختلفة»^٥.

فهؤلاء يقدمون المخططات الاستراتيجية للسلطة التي تحاول فرض هيمنتها على مقدرات الدول، وهي تنزع بداعف 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 هوَي محموم شاء صانعوه أن يصيروا به أسياد العالم الجديد. وذلك ما يسمّيه ناقدو «الميديا المعلومة» بـ«الإمبريالية الناعمة». تلك التي تدرج في الأثير إلى اللامتناهي فتتجاوز الحدود، وتنكث العهود، وتخرق سيادة الدول، حتى لتدخل البيوت من غير أبوابها، وسيتلقّاها الجميع بطيب خاطر، كما لو كانت

١. بودريار، المصنوع والاصطناع، ٣٧.

2. Rseudo

3. Ietual

٤. والميتاخرافه *Matafiction*: كلّ قصة أو عمل يؤدّي فيه الخيال دوراً رئيساً، مصوّراً للناس والأحداث بطريقة مختلفة. انظر: هنسليون، سياسة ما بعد الحداثية، مقدمة المترجمة، ١٦.

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

عضوًا حميمًا في الأسرة لا مناص من الاستئناس به في أي وقت. وسيتمكن هذا الهاابط إليك من علٍ أن يشاطرك سرّك وسترك من دون إذن، يُسمِّعُك ويرِيك ما ترغب وما لا ترغب.....

إنَّ الغرب عامةً والولايات المتحدة الأميركيَّة خاصَّة سيأخذون بناصية الظاهرة الإعلاميَّة لجعلها القوَّة الأكْثَر سحرًا في إنجاز عمليَّات الامتداد والسيطرة..^١ فهذه السلطة الإعلاميَّة سواءً أكانت موجَّهةً إلى الداخل من أجل إقناعه بخطاب الدولة وتخويفه من العدو الخارجيِّ أم موجَّهةً إلى الخارج من أجل تسويف التدخل؛ فإنَّها سياسة تقوم على قاعدة قوامها «إنَّ الإنسان لا يرى أولاً ثمَّ يعرف، ولكنه يعرف أولاً ثمَّ يرى، ففي العالم الذي يتَّصف بأنه محير ومرِّبٌ نحن نتَّقي ما عَرَّفَه لنا الثقافة، ثمَّ نميل إلى إدراكه في الصورة التي صنعتها لنا الثقافة»^٢. فالثقافة الغربيَّة تشكِّل البطانة اللاشعوريَّة، ولعلَّ هذا واضح في «مفهوم الغيرية في الفكر الأوروبيِّ، وهي مقولهٌ تؤسِّسُها فكرةُ السلب أو النفي، فالأننا لا يفهم إلا بوصفه سلبيًّا، أو نفيًّا لـ«الآخر» على أساس أنَّ الفكرة المؤسِّسة لفلسفه «الذات» هذه هي كوجيتو ديكارت... إلى هيغل وماركس إلى سارتر والذين جاؤوا من بعده»^٣، «وكما يقول فرنان بروديل: «...إنَّ الحضارات، في الغالب، ما هي إلا «تجاهل وإنكار، احتقار وكراهية لآخر، ولكنها ليست هذا فحسب؛ لأنَّها أيضًا تضحيه وإشعاع، وتراكم للتراثات الثقافية وأرصدة لذكاء»^٤. وهكذا تكون هناك ثقافة، سواءً أكانت غربية أو عربية إسلاميَّة تشكِّل المرجعية الفكرية والتربوية؛ وتأتي الصورة من أجل استشارتها وتوظيفها في صناعة وعي الجمهور، أو ما يعرف

١. م. ن.

٢. ندا، الصورة الذهنية والإعلاميَّة، ٦٨.

٣. أُفَاية، الغرب المتخيَّل صورة الآخر في الفكر العربي الإسلامي، ٢٥.

٤. م. ن، ١٣٦-١٣٧.

هندسة الإجماع^١، وهو مصطلح جاء به «إدوارد بيرنيز» يول: «لو أننا فهمنا آليات العقل الجماعي لنسق محدد حسب رغبتنا دون أن يدركوا بذلك»، 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 وأصطناعه من خلال وسائل متعددة في صناعة الصورة ونقلها، و«توجد كثير من العوامل التي تهيء 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 أنَّ أميركا قوَّة مهيمنة على العقول أو هي دولة مرفوضة؟ والجواب نجده في تلك النقوذ التي قدّمتها عدُّ من الباحثين الأميركيين إذ أشاروا إلى تدهور التأثير الأميركي في إنتاج تأييد عالمي لـما تريده الأميركي، «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 نستطيع الافتراض بأنَّ العالم الخارجي على استعداد ليتماهى مع فكرتها عن (الحياة الجيدة) باعتبارها جذابة عالمياً^٤، وهو أمرٌ أدركه أوباما؛ إذ قال عن نظرة العالم إلى زيارة الوفود الأميركيّة الرسمية إلى تلك الدول: «إنَّ ذلك يجعلك تتوقف وتسأله حين يرفع الناس هناك أبصارهم إلى المروحيات الأميركيّة، هل يشعرون بالأمل أو الكراهيّة؟»^٥.

1. The Engineering of Consent

٢. فهمي، هندسة الجمهور، ٩.

٣. نداء، الصورة الذهنية والإعلامية، ١١٢.

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

٥. م. ن، ٤٣.

فهذا الموقف هو نتيجة حتمية للسياسة العدوانية والإعلام المضلّل 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 تنميّط المواقف والأحداث^٤. وتشكّل هذه الآليات جزءاً من الوسائل التي تعتمد التضليل، ولكنّها تقوم على إستراتيجية صناعة العدو، وهذا يتطلّب شكلاً من أشكال العنف الرمزي، وهي تتشابه مع الحركات الإرهابية باعتمادها وسائل الإعلام، وفي الإرهاب اعتماد العالم الرقمي أكثر من غيره؛ لأنّه يتوافق مع نشاطهم الإرهابي، ولكنّهما يحاولان معًا أن يتجاوزا عائق المكان والزمان اللذين يعوقان الاقتراب بين الناس جغرافيا؛ فأصبح هذا الفضاء الرقمي مجالاً رحباً من أجل صناعة التواصل، فضلاً عن

1. Personalization

2. Dramalization

3. Fragmentation

الفوضى الخالقة أو إدارة التوحش^١ أو حروب الجيل الرابع^٢ التي تقوم على التدريب والتحريض؛ من أجل جعل الدول- التي تراها الولايات المتحدة دولة معادية- منهكة ومحكمة ولا بدّ من إزالتها، وهو هدف الإرهاب نفسه القائم على مخطط صناعة التوحش والإنهاك وصولاً إلى التفتیت وإقامة إمارات إرهابية؛ فهي تعتمد وسائل احتراافية بمنطق العنف المفرط من أجل تحقيق غایيات سياسية، وهو جزء من الفضاء والبيئة الرائجة بمرجعياتها ورموزها وتعاليمها أو بخطاباتها وأحكامها وفتاواها. ولكنها مشتبكة على الرغم من تضادّها العلنيّ بأمر من:

الأول: أنها تحقق الخطاب الإعلامي الغربي عامّةً والأمريكيّ خاصةً في

١. وهو كتاب: أبو بكر ليس هو الاسم الحقيقي لمؤلف تلك المقالات ويقول مراقبون إنّها شخصية لضابط مصرى هو سيف العدل- منسق الشؤون الأمنية والاستخباراتية في تنظيم القاعدة- وربما هو محمد خليل الحكایمة نفسه بسبب تشابه الأسلوب. وقد منع الكتاب من التداول في كثير من الدول العربية، لكنه أصبح متاحاً لاحقاً في أكثر من ١٥ ألف رابط في الشبكة العنكبوتية، وحسب بيان رسمي لوزارة الداخلية السعودية، فقد تم الإعلان عنه في ٢١/٦/١٤٢٩ كأحد الأعمدة الفكرية لتنظيم القاعدة في جزيرة العرب، كما ترجمته وزارة الدفاع الأمريكية للغة الإنجليزية بعد أن عثرت المخابرات الأميركيّة على وثائق ورسائل موجّهة من بن لادن وإليه تشمل فصولاً من هذا الكتاب، فاهتم به المختصون الأميركيّون وقام مركز مكافحة الإرهاب في كلية ويست بوينت العسكريّة بترجمته إلى الإنجليزية بعنوان إدارة الوحشية، 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 دولي متعدد الجنسيات، واستخدام الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام طرق معنوية ونفسية تدميرية، وأخيراً هدم الرموز واصفاً إياها بأخطر حرب عرفها العالم منذ بداية الوجود ويتم دراستها في المعاهد الاستخباراتية والعسكرية بسبب خطورتها، بالإضافة إلى أنّ فكرة الجيل الرابع نجحت في ترسیخ فكرة أنّ المجتمع فاسد. انظر: ياسر الغبیری، (نبیل فاروق: الجيل الرابع من الحروب يحول لجندي بجيش عدوّك)، حوار تمّ خلال استضافة قاعة ضيف الشرف بمعرض القاهرة الدولي للكتاب، ندوة لمناقشة كتاب «حروب الجيل الرابع- حين تصبح أنت جيش عدوّك»، بحضور كاتبه نبیل فاروق، وأدار المناقشة الكاتبة نشوى الحوفي جريدة بوابة العرب.

نموذج العدو الذي تم تخليقه حتى تنطبق عليه سمات العدو، كما يظهر في الصورة النمطية؛ وفي النتيجة توسيع أعمال العنف والغزو أو ما يعرف بحروب الإرهاب. الثاني: أن هذا العدو هو جزء من السياسة الأميركيّة التي تسعى لتفتيت المنطقة، وتبذل بالدعم والتدريب على أشكال الاحتجاج وسياسة اللاعنف¹. وصولاً إلى المواجهة العسكريّة، حيث تحول الدول المقصودة بهذه السياسة إلى دول مستبدّة وإرهابيّة وفاشلة وتصدر فيروسات إرهابيّة.

وهذا موضوع يمكن تبعُّه آثاره في مخطوطات الإعلام ودوره في صناعة العدو، حيث إنّ من يخالفنا يتم عرضه في صورة «الغريب الشيطاني» من خلال الآليات الإعلاميّة الآتية:

أولاً: تجريد العدو من شرعنته: 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 الداخلية أي المجتمع الأميركي، وقد تم تصوير الآخر له إرهابياً قاتلاً بصور نمطية سلبية مدعومة بثقافة سابقة تجاه الآخر أي الإسلام... الخ، فالإعلام يسهم بإخراج الآخر من كلّ معاملة إنسانية.

ثانياً: تجريده من الإنسانية²، ويتم ذلك بطريقتين، الأولى: وصف الأعداء بصفات لمخلوقات أدنى من مرتبة الإنسانية، أو بصفات مخلوقات أقوى من الإنسانية، ولكنها مخلوقات خبيثة.. أمّا الطريقة الأخرى: فهي النبذ والإبعاد³ كونهم قتلة أو إرهابيين....

1. وهي أكاديمية التغيير 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. Outeasting

ثالثاً: الوظائف التي تحققها وسائل الإعلام للمجتمع من عملية تجريد الآخرين من شرعيةِهم، وذلك من أجل تبرير التصرفات السلبية جداً للجماعة الداخلية، ومن خلال عملية التجريد أيضاً يتم إبراز الخلافات والفارق بين الجماعات (أي الدول والشعوب التي تتم محاصرتها أو غزوها)، والجماعة الداخلية (أي الشعب الأميركي)^١

هذه الوسائل استخدمها الغرب عامّة أثناء الاستعمار، ومارسها أميركا بعد زوال الاتحاد السوفيتي^٢؛ من أجل صناعة العدو، وقد عاش العراق حصاراً قاسياً إجرامياً، وعنه مفرطاً، وعاش الإرهاب، ولكل ذلك آثار مدمرة مسوّفة بفعل الإرهاب وأسلحة الدمار الشامل. وتعيش سوريا واليمن وليبيا كلّها اليوم حالة الإرهاب وال الحرب؛ ويتم توسيع ذلك كله بمسوّغات مشابهة.

بل إنّهم يمارسون برمجة السلوك حتى على المستوى الداخلي من دون أن يشعّر المتلقّي بهذه الصناعة للجمهور؛ عبر ثلاث آليات:

١. تداعي المعاني: ربّما تُستخدم الصور السلبية كمثير إضافي مع شخص أو مجموعة من الناس، بصورة متكررة لأحدى التطبيقات الأكثر تداولاً في المجال الإعلامي^٣.

٢. التعزيز أو التدعيم: يتعلّم الإنسان الاستجابة للمتغيّر الإضافي بصورة إيجابية، وحين يكون المثير طبيعياً، فإنه يبعث بدرجة أكبر على الرضى والسعادة^٤.

٣. المحاكاة: يميل الإنسان إلى تصديق ما يكون مصحوباً بمثال عملي أو تجربة شخصية، فهو يكتسب سلوكيات معينة بطريقة أسرع من خلال محاكاته

١. انظر: ندا، الصورة الذهنية والإعلامية، ١١٨-١٢٠.

٢. فهمي، هندسة الجمهور، ٥٢.

٣. م. ن. ٥٥.

لآخرين، وخاصة حين يكون هؤلاء من ذوي التأثير والشهرة^١.
ويمكن أن نلمس هذه الآليات ودورها في صناعة الجمهوّر أو التلاعّب به من خلال ما تحدّثنا عنه من استثمار الثقافة وما فيها من رواسب وصور نمطية، وإعادة توظيفها في اختلاق العدوّ، يضاف لها أنَّ الإعلام الأميركي يحاول «أن يخلق مفارقة بين ملامح المسلم أو بعض سلوكه الدينيّ، مثل: أداء الصلاة أو قراءة القرآن، وبين القيام بأعمال عنف، وهو ما أدى إلى وقوع حالات متكرّرة اُتُّخذت منها إجراءات متحيّزة ضدّ مسلمين يقومون بالصلوة في بعض المطارات مما يشير صوراً أو ارتباطات ذهنية لدى الآخرين يجعلهم يتوقّعون ارتكاب أعمال عنف»^٢.

المبحث الثاني: «ظاهرة التصنيم» في الخطاب الإعلامي

بعد حديثنا عن ظاهرة التصنيع أو الاختلاق أو هندسة الجمهور لدى رعاة الإرهاب، نجد أنَّ التصنيم ظاهرةٌ موازيةٌ تشتراك مع التصنيع في أهمٍّ خواصها (التربيّف واللبس)، «فإنَّ ما نشهده بالضرورة هو الميل إلى الطبيعي إلى التصنيم»^٣، فإنَّ من سمات هذا المفهوم أنَّه يقوم على كلَّ فكرة سواء أكانت سياسية أم دينية في قالب الموروث أو التقاليد؛ إذ «يرفض التصنيم هذه العوارض والطوارئ الحاصلة في التاريخ؛ لأنَّها كـ«دنس» (sacrilege) في حرمة الفكرة الدينية أو السياسية وقداستها التي يرتقي بها إلى مصاف الإطلاق»^٤.

إنَّا نجد أنَّ هذا المفهوم يظهر بشكل جليٍّ في أفكار المنظمات الإرهابية التي تحاول استثمار الدين استثماراً سياسياً من أجل تحقيق الغلبة المتمثلة بنشر

١. م. ن، ٥٦.

٢. م. ن، ٥٣-٥٢.

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

٤. م. ن، ٣٦.

الرعب في صفو الآخر عبر العنف الضاري، والذي اعتمد ماقنته الإعلامية من أجل نشر هذا الخطاب؛ لتحقيق غاية عسكرية إرهابية تعتمد العنف، والعنف اصطلاحاً يشتمل على الخشونة في المحاورة إلى استعمال السلاح والبطش والاضطهاد، وهو نقىض المصالحة، ومثالياً ما يمارسه (إنسان، حزب) أو تمارسه (دولة، سلطة، جهة، حركة)؛ مما يعني أنَّ العنف يضعنا أمام مقاربات متنوعة، وكل مقاربة تعكس إدراكاً معيناً وأسلوباً في التشخيص والاقتراح^١. وهذا التوصيف للدين ينطلق من توظيف ذرائي يحقق أهداف الجماعة التي تحاول فرض قراءتها على عموم المسلمين، بل إنَّها تفرض هذه القراءة عنوة على المسلمين؛ وهي بهذا تحاول احتكار تمثيلهم أمام الآخر، وتمارس وصايتها عليهم بالإكراه مخالفةً جوهر الدين؛ ولكنَّها ترسم تصوراً للإسلام يتناغم مع تلك الصورة التي يرسمها الإعلام الغربي عامة والأميركي مع اختلاف الغايات أو تطابقها. فالتصنيم هو شكل آخر من التصنيع وهندسة الجمهور باعتماد آليات إعلامية، فالتصنيم هو فبركة الصنم الفكري أو الأيديولوجي، حيث يرسخ الصنم في الذهن...^٢. ونجد أنَّ هذا التصنيم يعتمد وسائل إعلامية في الوصول إلى الجمهور عبر العالم الرقمي الافتراضي الذي تجاوز عائق المكان - والمكان اللذين يعوقان الاقتراب بين الناس جغرافياً. فأصبح هذا الفضاء الرقمي مجالاً رحباً من أجل صناعة التواصل، فضلاً عن صناعة التوحش؛ ومن ثم إدارته بفعل الاستثمار الإرهابي للخطاب الرقمي، فإنَّ المتابع للأعمال الإعلامية المعادية التي تتبعها الفضائل الإرهابية يجد أنَّها أعمال تعتمد وسائل احترافية تتسلل بمنطق العنف المفرط من أجل تحقيق غايات سياسية، وهو جزء من الفضاء والبيئة الرائجة بمرجعياتها

١. انظر: الغرباوي، تحديات العنف، ٤٣.

٢. الزين، تصنيم المبادئ أو ينبع العنف، ٢٩.

ورموزها وتعاليمها أو بخطاباتها وأحكامها وفتاواها. (صحيح أنَّ الإرهابَ كعمل عسكريٍّ إنَّما يخطط له في السرّ وتحت الأرض، ولكنه يشكّل الوجه الآخر لثقافة تسهم في إنتاجه، سمتها إنَّها متحجرة، أحادية، عدوانية، استبدادية، كما تجري ممارستها تحت سمعنا وبصرنا، وكما تعمّم نماذجها في الجامع والمدارس أو عبر الشاشات والقنوات)^١؛ فهي جمِيعاً تحاول فرض تلك القراءات على الجمهور وتحاول أنْ تُنمِّطَ سلوكه عبر التحفيز والتخييف إلى أنْ تلقي رسالتها، والخضوع إلى تهدياتها، وفي النتيجة تحاول هندسة استجابته بالتللاعِب بالعقل الجمعيِّ واستثمار معطياتها.

فالإرهابُ بكلِّ عنفه وليد البيئة التي تُسهم في إفراز الكثير من الخطابات المماثلة له، وسوف تستمرُّ بهذا مستقبلاً، فهذه الخطابات الأصولية تشنُّ حربها ليس على الجسد وطاقاته الحيوية وحدها، أو السلوك وحركته ومرؤنته فحسب، بل تصل إلى مطاردة النوايا، ومرجعية الإنسان لا تكون في ذاته، بل في نظم التحرير المتفاقمة التي لا تترك خارجها سوى أشباح الحاجات^٢. فهذه القراءة الإرهابية للنصوص تحاول توظيف الحاجات الملحة لدى المسلمين إلى الأمان من الاستبداد الداخليِّ والعدوان الخارجيِّ، فإنَّها تزيد الأمر صعوبة وعسراً بدلَ أن تقدم حلولاً، فهي تولَّد تحالفاً خفيَاً مع الرغبات الخارجية في تبريرها الهيمنة على المنطقة، عبر زرعها الفتنة القائمة على تصنييم التراث واحتكار المعنى الحرفيِّ وأحاديِّ الجانب وفرضه على جمهور المسلمين بالقوة والإكراه من خلال الرغبة بمحاكاة التراث، وهي تسعى إلى خلق الفتنة، وشقّ صفوف المسلمين والوحدة الوطنية بإثارة الفتن الطائفية والمذهبية التي تولَّد الجذب والنبذ بين الاستقطاب

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

٢. حجازي، الإنسان المهدور، ٢٥.

والاستبعاد. وقد كان الإعلام واحداً من الوسائل في إشاعة تلك القراءة. فالإعلام بكل ثقله الثقافي والشرعي وكل بعده التقني وليد تلك الممارسة، يعتمد الحرب النفسية في تسويق رسالته، التي تجد كل الوسائل مباحة من أجل تحقيق غايات التنظيمات الإرهابية في إشاعة التوحش في البلدان المستهدفة وإدارته، سواء اعتمدت الإعلام المرئي أم المطبوع؛ من أجل تحقيق أكبر قدر من الإبلاغ عن مضمون رسالتها الإعلامية المشبعة بالعنف المفرط؛ الذي يتحقق وسيلة من أجل تحول خطابه الطبواوي التصنيمي؛ إلى حقيقة وإعادة إنتاج الزمن المقدّس: زمن البدايات، زمن الكمال، والعمل على إزالة الدنس والكفر والاستبداد والكفر عبر العنف الجهادي الذي يفترض خطاباً تصحوياً عنيفاً يقوم على إراقة دم الذات، ومحقّ الخصوم وإزالتهم من الوجود، وكل 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 إياحته وهدر دمه. إنّها «تحاول زرع الدمار وبث روح الخراب في العالم طابعها الجماد هو عائق أمام الحياة، بمعنى أمام التغيير والتداول والتبادل والتذاوّت»^١، إنّها بعيدة كلّ البعد عن الحوار والتواصل والتعايش مع المختلف.

وهناك صفات متعددة مشتركة بين الإعلام الأميركي وإعلام التنظيمات: **الصفة الأولى**: التضليل، وقد عرضنا لها من قبل عند الغرب، ونجد 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 حيوي في استثمارها في اعتماد التضليل والمخداعة من أجل تحقيق أهدافه العسكرية بالغلبة أو التهويض عن انتكاساته، فقد استثمرت

١. الزين، تصنيم المبادئ أو ينبع 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 ثم توظيفها لمصلحة إعلام التنظيم وأنصاره ومؤيديه الذين يأخذون أشكالاً متنوعة من الداخل والخارج ممن يناصرون أو ممن يهولون من مقدراته الجهنمية عبر تحليلاتهم ذات الارتباطات المتخفيّة، ولكن كُل هذه الأوساط على اختلافها تبيّن: «أنَّ التنظيمات مدركة تماماً الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في جعل تنظيمها عابراً للحدود وصناعة شعبية افتراضية تفوق الواقع، فهو إن يطأ أرضاً يبادر بشكل منظم وسريع في تغذية الواقع بأخباره صوتاً وصورة»؛ وهذه التحليلات تكشف أنَّ التنظيمات وأنصارها يستثمرون الخطاب الرقمي الإعلامي بشكل فاعل عبر إعادة الترويج للحرب النفسية بأشكال وأساليب متنوعة من أجل تحقيق غاياته، التي منها: زرع الشعور بالخوف في قلوب المتألقين عبر بث 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 التوّحش المتمثّل بخصوص التنظيمات من الدول ومؤسساتها بهدف زعزعة أمنها.

والصفة الثانية: بين التنظيمات الإرهابية والإعلام الغربي، ولاسيما الأميركي، محاولة زرع الفتنة في المناطق التي تعيش في الأساس انقساماً؛ إذ نجد هذه التنظيمات، منها داعش، تحاول أن تستثمر هذا الانقسام في تلك المناطق والدول؛ من أجل إيصالها إلى حالة التوّحش؛ لهذا فإنَّه (مقلقاً جداً) إطالة أمد الصراع السياسي في المنطقة،..... فكل يوم يمر في ظل انسداد الأفق المستقبلي

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

والصفة الثالثة: المشتركة بين الرسائل الإعلامية بين الغرب والتنظيمات،
محاولة إثارة الخوف في الغرب تعرف «الإسلاموفobia» من أجل إخافة
المجتمعات الغربية من الإسلام، فنجد أنَّ هذه التنظيمات تعزّز هذا التوظيف في
«بُثُّ الرعب الشديد على كلِّ المستويات الشعبية والرسمية عند الغرب، مشيراً
إلى أنَّ الشعوب الغربية عندما ترى هذه البشاعة في القتل بالذبح المصور تقوم
بممارسة الضغط على الحكومات؛ لعدم توريط جيوشها في أتون معارك لا يعلم
نتائجها إلَّا الله»^٢.

وهنا نجد أنَّ التنظيم يخدم الأجندة الإعلامية الأميركيَّة في تصوير أنَّ الإسلام هو العدوُّ للغرب، وداعش يحاول احتكار تلك الصورة حتَّى يظهر وكأنَّه يمثلُ الإسلام ومعه تلك التنظيمات المشابهة له في الأدبِيَّات 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 أنَّ حالة الاستقطاب مع التنظيم زادت بعد نشر وسائل الإعلام لمقاطع الذبح للضحايا، وتأخذ النقطة الأولى جانباً آخر يجعل من تلك الرسالة متقبلة لدى المحطات الغربية والمحطات المتعاطفة معها التي تعتمد رسالة خلق التسويق لدى جمهورها

١. الريبيعي، «في نقد العنف».

٢. الصيفي وهنداوي، «داعش» وجز الرقاب.. صناعة مخابرات أم ترويع للخصوم؟، نقلاً من: الوائي، «صناعة التوّitch».

المولع بالمفارقات. وغاية المحطة استثمار تلك الرغبات من أجل زيادة المتابعين لها؛ لأنَّ المشاهد العنيفة تصوّر وحشية من يقوم بالذبح، التي تدلّ على فقدان أيّ درجة من الإنسانية؛ فإشعاعه تلك المشاهد تُحدِّث آثاراً نفسية عالية، فنجد أنَّ تلك الوسائل الإعلامية العالمية تفضل تحقيق زيادة في نسبة المشاهدة بدلاً من العمل على مجابهة تلك الرسالة الإعلامية المعادية والعنيفة التي تسهم بتسويق خطابها الإعلامي لآخر، فبدلاً من أن تنتشر دعاية إعلامية مقابلةً ومجابهةً لدعائية «داعش»، أسهم الإعلام في نشر دعاية التنظيم. وتسهم الوسائل الإعلامية العالمية باستهلاك تلك الرسائل المشبعة بالعنف والكراهية، وتجعل الجمهور يتلقّى تلك الوسائل النفسية 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 مستمرةً وجود تنظيمات إرهابية أو تصطعنها من أجل صناعة نفوذها بالمنطقة.
- في مقابل ذلك كانت ظاهرة التنظيمات المتشددة التي لا تقبل الآخر تحكمها عقلية التصنيف 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؛ فأدى إلى احتلال حروب إثنية جديدة على منطقتنا (الشرق الأوسطية) التي هي أكثر الجغرافيات تعرضاً 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 إسلاميّ.
- يتمثّل التأثير الأخطر للإعلام في أنّه يسهم بدرجة كبيرة في تشكيل إدراكاتنا الواقع، وإذا قلنا إنّ الإنسان يتفاعل مع الواقع بحسب تصوره له، فإنّ الجهة التي تشكّل إدراك الإنسان لواقعه تتحكّم فيه حرفيّاً.
- إنّ الإعلام هو من يقوم باختلاق عالم بديل يعبر عن مالك أدوات الإعلام، وهذا العالم ليس حقيقياً، بل مزيّف يحلّ محلّ الحقائق الواقعية؛ بقوّة مالك أدوات الإعلام على صناعة الحقائق وتشويهها في صورة كاذبة.
- التضليل كان يستثمر ملكية أدوات العلم من أجل إيصال رسالة مصطنعة تخدم الأغراض الأميركيّة 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 بدقة، وفهموه؛ فعملوا على تعزيز هذه القوّة الخفيّة المقتدرة وتعظيمها.

- هندسة الإجماع¹ وهو مصطلح جاء من أجل التحكّم بالجمهور من خلال معرفة الكيفية التي يعمل بها العقل الجماعي لنسق محدّد بحسب رغبتنا؛ فتحكّموا بتلك الوسائل الإعلامية لإعادة هندسة استجابتنا بما يتوافق مع مصالح أميركا.

- في مقابل ذلك أصبح الفضاء الرقمي وسيلة من أجل التحكّم التي استخدمتها التنظيمات الإرهابية التي حاولت من خلالها شنّ حرب نفسية على من تجدّهم 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 ط١، بيروت ٢٠٠٠.
٢. أفاية، محمود نور الدين، صورة الغربة، تجليات الآخر في الفكر العربي الإسلامي، المركز الثقافي للكتاب، ط١، بيروت، ٢٠١٨.
٣. بودريار، جان، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، بيروت، ٢٠٠٨.
٤. بيترز، رالف، حدود الدم كيف سيبدو الشرق الأوسط بحالته الأفضل؟، ترجمة على الحارس، مجلة ارمدفورس «القوات المسلحة» الأميركية، عدد يونيو ٢٠٠٦، بواسطة شبكة عراق المستقبل. حيث تظهر الاستراتيجية بوضوح في تقسيم المنطقة بعد الاستثمار الانقسامي.
٥. بيترز، رالف، حدود الدم كيف سيبدو الشرق الأوسط بحالته الأفضل؟، ترجمة على الحارس، مجلة ارمدفورس «القوات المسلحة» الأميركية، عدد يونيو ٢٠٠٦، بواسطة شبكة عراق المستقبل. حيث تظهر الاستراتيجية بوضوح في تقسيم المنطقة بعد الاستثمار الانقسامي.
٦. جور، آل، هجوم على العقل، ترجمة نشوى ماهر، دار العيكان، ط١، ٢٠٠٩، الرياض.
٧. حجازي، مصطفى، الإنسان المهدور، المركز العربي، ط١، بيروت، ٢٠٠٥.
٨. حرب، علي، أزمة الحداثة الفائقة، المركز الثقافي العربي، ط٢ الدار البيضاء، ٢٠٠٨.
٩. حرب، علي، أزمة الحداثة الفائقة الإصلاح - الإرهاب - الشراسة، المركز العربي، ط٢، بيروت ٢٠٠٨.
١٠. حمدي ابو النور حسن، أبو النور، يورجين هابر ماس الأخلاق والتواصل، دار تنوير، ط١، بيروت، ٢٠٠٩.

١١. حيدر، محمود، الدولة المستباحة من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافية، دار الفارابي، ط١، بيروت، ٢٠٥، ص١١. وانظر: بيير بورديو، التلفزيون والتلاعب بالعقل، ترجمة، درويش الحلوجي، دار كنعان، ط١، دمشق، ٢٠٠٤.

١٢. الريبيعي، علي رسول حسن، «في نقد العنف، قرائة شفافة في تجليات الظاهره»، جريدة، العرب الثقافي، مشاهدة: ١٨ / ٢٠٢٤، اوت / ٢٠٢٤، الرابط: <https://www.alarab.co.uk/pdf/2017/08/06-08/p13.pdf>.

١٣. الزين، محمد شوقي، تصنیم المبادئ أو بنیوی العنف، التفکیر مع رونیه جیرار في اکتناء طبیعة المقدّس، مجلة الباب، العدد ١١ سنة ١٧٠٢.

١٤. الصيفي، أمل وأحمد هنداوي، داعش» وجز الرقاب.. صناعة مخابرات أم ترويع للخصوص؟

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

١٦. غردنز، نیثان ومايك ميدافوي، الإعلام الأميركي بعد العراق - حرب القوى الناعمة، المشروع القومي للترجمة، ط١، القاهرة، ٢٠١٥.

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

١٨. المقيّد، محمود، أمير كان انتربرايز انستيتوت، تقديم ونقد: جهاد سعد، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية - العتبة العباسية المقدّسة، ط١، بيروت، ٢٠١٧.

١٩. مویز، کولن، الإمبرياليون الجدد إيديولوجیات الإمبراطورية ترجمة، معین الإمام، دار العیکان، ط١، الرياض، ٢٠٠٨.

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

٢١. هنشيون، لیندا، سياسة ما بعد الحداثة، ترجمة، حیدر حاج إسماعيل، المنظمة العربية للترجمة، ط١، بيروت، ٢٠٠٩.

٢٢. الوائلی، عامر عبد زید، «صناعة التوحش: في تجليات العنف إعلامياً»، ٢٠١٧، مشاهدة ٢٠٢٤. من الرابط: <https://www.alarab.co.uk/article/111788>

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 خليل¹

مقدمة

تشغل الحرب الناعمة مراكز الدراسات الفكرية والسياسية دورها المؤثر في التحولات العالمية وإعادة تشكيل أنماط الصراع بالاستفادة من تطور ثورة المعلومات وارتباطها بشورة 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 تلجم إلية المركزية الغربية بغية تعديل موازين القوى والحفاظ على ما تبقى من الهيمنة في قيادة قطبية العالم. منذ التسعينات، رفع المفكرون الغربيون ناقوس خطر مسار «الإمبراطورية الأمريكية» نحو الانحدار وتماثل مصيرها بالإمبراطورية البريطانية. وتمثل الحرب الناعمة الأداة الأساس في ترميم خلل تمركز الغرب باعتماد «القصف الخفي» لثقافة الشعوب والهويات القومية والوجودية والحضارات. وتلجم القوى العدوانية إلى الحرب الناعمة على اختلاف صورها وتتنوعها في استهداف المجتمعات المناهضة لسياسات الخضوع والتبعية والاستلاب.

1 . باحثة لبنانية في الفكر السياسي وشبكات التواصل.

اليوم، تشهد الحرب الناعمة تحدياً في أدواتها يتكيّف مع تطّورات العالم الرقمي في فرض الهيمنة، وبات الواقع الافتراضي ساحة الحرب في عزل الجماعات المستهدفة عن الواقع الحقيقي وتغيير أولويات القيم والضرورات والمخاطر. وتتمحور 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 تؤثّر؟

- 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 الموضوعة لتوسيع مدى وصول البرامج الخارجية، لا سيّما عند محاولة استهداف مجموعات محدّدة للغاية عبر الجذب والاستهلاك من خلال التحكّم بعمليّات الإدراك والوعي والإحساس الجماعي بالواقع، وصولاً إلى التحكّم بالقرارات والسلوك والأنماط الإدراكيّة والمعايير الذوقّية. وفي الوقت الذي يُتهم به معارضو السياسة الأميركيّة بقمع حرّيات التعبير ومنع تدفق المعلومات، تبيح واسنطن لنفسها تأطير هذه المعلومات، بل وتأطير «الذوات» عبر السيطرة الإعلامية والتكنولوجية واستباحة الخصوصيات، وإشعال الثورات الملوّنة بالتنسيق مع الدوائر الاستخبارية.

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

المستخدمة في الحروب الصلبة؛ ناهيك عمّا تقدّمه الخوارزميّات من ميزة تحديد لمختلف أسلحة الحرب الناعمة وجباتها، لا سيّما في الفوضى الخلاقة والثورة الملوّنة. غير أنّ الخطر الأكبر والأوّل في الحرب الجديدة هو في تجنيد الجهل بتحديّات الحرب وتهدياتها أو الغموض حولها، أيضًا، بما يؤمّن المزيد من السيطرة باتجاه واحد وإعادة تشكيل الوعي وإنتاج الأهداف وتعديل التوجّهات وإدارة التحرّكات. الأمر الذي يرفع درجة المسؤوليّة في البحث عن معادلة مبتكرة في المنافسة والمواجهة وتفويض فعاليّة الحرب الجارية. ويُجدر الإشارة إلى أنّ الورقة اعتمدت استخدام المصطلحات العمليّة المعتمدة في ميدان الحرب الصلبة للتماثل بين الجبهتين وتجنّبًا للوقوع في فخّ جمود المعاني وثقل المصطلحات.

القوّة الناعمة في سياق الحرب

يعدّ مفهوم القوّة من المفاهيم الأساسيّة في عالم السياسة، وبمثابة الحجر الأساس في العلاقات بين الدول. تطوّر المفهوم مع نشوء الدول واتساعها، واتّخذ صورًا متعدّدة تبعًا لطبيعة النظام القائم وشكله. وفي حين تتنوع تعريفات القوّة وتتوّزع ما بين مفاهيم القدرة على التأثير والإخضاع، والمشاركة والتحكم والسيطرة، يرتبط جوهر المفهوم كما ذكره كارل ج. فريدريك^١، في معرض دراسة التداخل بين مفهومي القوّة والسلطة والتمييز بينهما بـ «القدرة على إنشاء علاقة تبعيّة» بين طرفين؛ تجمع مفهوم التسلّط والقدرة على الاستعمال والفوذ لدى الآخرين، بحيث يستطيع الطرف الأوّل من خلال الاستخدام الماهر والذكيّ

١. كارل ج. فريدريك (Joachim Friedrich) (١٩٠١ - ١٩٨٤)، عالم ألماني أمريكي، أستاذ جامعي ومنظر سياسي. تقاعد من التدريس الجامعي العام ١٩٧١. له العديد من المؤلّفات حول نظرية الدولة والنظرية الدستوريّة والحكم الدستوري والحكومة، ما جعل منه أحد علماء السياسة الرائدين 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 استئمالة عدد من الدول في تطور مفهوم القوة يتجاوز القدرة والتأثير أو التهديد بالطرق العسكرية في إطار الحرب الصلبة. وتعزّز الحاجة لبديل عن القوة الصلبة مع سقوط حائط برلين وتحول العالم إلى أحاديقطبية وانتشار العولمة، فقد فرضت متغيرات النظام الحديث والتطور العلمي والاقتصادي، خاصة مع ظهور الإنترن特 وانتشار المعلومات، تطور 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 الأمريكية مع التطورات في طبيعة النظام العالمي بفاعله وقضاياها وأنمط تفاعلاتها، واتسع استخدامه وانتشاره في دوائر التحليل وصناعة القرار. كما شهد المزيد من التطور مؤخراً ليشمل القوة الذكية كمزيج ما بين القوة الصلبة والناعمة.

تعود صياغة المصطلح للأكاديمي الأمريكي جوزيف ناي^٣، الذي استخدمه لأول مرة في مجلة السياسة الخارجية، العدد ٨٠، في مقالته الصادرة 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 أمريكي من الحزب الديمقراطي، ساهمت مؤلفاته في تطوير السياسة الخارجية الأمريكية في عهد الرئيس باراك أوباما، واشتهر بابتكار مصطلحه: (القوة الناعمة)، و(القوة الذكية). شغل مناصب عدّة، منها: عميد سابق في جامعة هارفارد؛ مساعد وزير الدفاع للشؤون الأمنية الدولية في حكومة بيل كلنتون، ورئيس مجلس الاستخبارات الوطني. من مؤلفاته: مستقبل القوة؛ القوة الناعمة؛ وسيلة النجاح في السياسة الدولية؛ فهم النزاع الدولي؛ قوة القيادة؛ وغيرها.

بعنوان «القوّة الناعمة»^١، وفي كتابه المنشور العام التالي بعنوان «ملزمة بالقيادة: الطبيعة المتغيرة للقوّة الأميركيّة»^٢. يعرّف ناي القوّة الناعمة بأنّها القدرة على تشكيل تفضيلات الآخرين، فإذا فرضنا أنّ هناك علاقة بين طرفين، فإنّ الطرف الأوّل يستطيع أن يؤثّر في الطرف الثاني عن طريق توجيه سلوكه، ويتمّ هذا بالانجذاب إلى ثقافة وقيم الطرف الآخر، وليس عن طريق الرشوى أو التهديد أو الإرغام^٣. ويجادل بأنّ «قوّة الجذب يمكن أن تكون مكملاً مهمّاً لأشكال أكثر تقليديّة من القوّة على أساس النفوذ الاقتصاديّ أو العسكريّ، أو جعلهم يوافقون على القواعد والمؤسسات التي تنتج السلوك المطلوب. يمكن أن تستند القوّة الناعمة إلى جاذبيّة أفكار الفرد أو القدرة على وضع جدول الأعمال بطرق تحدّد تفضيلات الآخرين»^٤.

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

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.

5. تؤمن الموارد كسب المزيد من القوّة: الثقافة بمخالف أشكالها وعناصرها تؤمن احتلال الطلاب مراكز يؤثّرون من خلالها على نتائج السياسة المهمة للأميركيّين؛ القيم السياسيّة تروّج قيم المجتمع الأميركيّ والديمقراطية بالمفهوم الأميركيّ الاصطلاحيّ لا اللغويّ، والنظام الرأسماليّ وحرّيّة الأسواق؛ والسياسة الخارجية أدّاء يمكنها أن تقوّي من القوّة الناعمة للدولة ويمكنها إضعافها وفقاً لطبيعة السياسات المتّبعة والمصالح المنشودة.

الولايات المتحدة على بعد غير مادي إضافة للبعدين العسكري والاقتصادي في فرض إرادتها وتعزيز السيطرة والهيمنة على العالم بشكل غير مباشر على القوى الصاعدة التي باتت تشكل تهديدا للنظام العالمي الذي تقوده الولايات المتحدة الأمريكية.

ويرتكز المفهوم، وفقاً لطرح ناي، على البعد الثقافي والفكر الليبرالي ومضامين الديمقراطية بالمفهوم الأمريكي، ويتحدد الرابع أو الطرف الأقوى في امتلاك القوة الناعمة بناء على معيار القدرة على الترويج للثقافة التي يمتلكها ونشر السمات المادية والفكرية والروحية لمجتمعه، من الفنون والآداب والعادات والتقاليد.

وببناء عليه، فالقوة الناعمة وفق منظراً هي قوة الجذب والتأثير بالاستهلاك، بداعي الحفاظ على الهيمنة على العالم باستخدام وسائل غير عنيفة وبأساليب غير محسوسة وتدريجية في سياق عملية هيمنة على الأفكار والنماذج السلوكية والتفاعلات الاجتماعية. وأمام ما تمثله هذه القوة من خطر على الشعوب المستضعفة في العالم، أطلق المرشد الأعلى للثورة الإيرانية، الإمام الخامنئي مصطلح «الحرب الناعمة»، كعنوان أيديولوجي واستراتيجي لجهة محددة 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 «القوة الناعمة» في معركة السيطرة والهيمنة على العقول والتحكم بالمستهدف ودفعه نحو التبعية، رغبة أو اضطراراً أو تأثراً بقوة موارد المستهدف. فالحرب الناعمة هي معركة «القصف الصامت» على وعي الآخرين، حيث يتم العمل على احتراق الطرف الآخر بطريقة خفية لا يعي خلالها أنه قيد الاستهداف وداخل عملية

١. شبكة المعارف الإسلامية الثقافية، «الحرب الناعمة نقاش في المفهوم».

التحكّم به والسيطرة عليه. وتمحور أهدافها حول تحطيم الحصون المعنويّة للمجتمعات المستهدفة عبر زرع التردد في أذهان عناصرها، وتشكيكها في قيمتها ونمودجيّة القاعدة المتنمية إليها؛ الدفع بالفئات المستهدفة للانبهار بالنموذج الآخر، والشعور بالحرج أو الدونيّة تجاه الهويّة الأصيلة؛ تجريد الشعوب من هويّتها وثقافتها وصولاً إلى كينونتها ووجودها، تقليل النموذج الآخر، بل والدفع عنه والعمل على نشر ثقافته، بدلاً من اليقظة تجاه برامجه ومخطّطاته.

تشير هذه الأهداف إلى شدّة خطورة الحرب الناعمة في ترسّيخ مفهوم التبعيّة والإخضاع، والأخطر في إعادة إنتاج الفئات التابعة لتصبح بدورها مصدراً للقوة الناعمة، فتؤثّر بغيرها وتؤثّر دور الجهة المستهدفة، وكأنّها مصدر أو منشأ القوة الناعمة وليس كناتج لها، وذلك في إطار من قوّة الاستباع الناعم أو ما يُطلق عليه تجاوزاً «الاحتلال الذاتي»^١. الأمر الذي يكشف خطر القوّة الناعمة في التأثير التفاعليّ وتطوره في مجال الاستهداف البنيويّ للمجتمعات من خلال تفعيل القابلية الذاتية لإعادة إنتاج قيم دول الهيمنة وممارسة الحرب الناعمة من قبل الداخل وباتجاه الداخل.

الدّوافع وال الحاجة للقوّة البديلة

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

١. قيسبي، «الاحتلال الذاتي آلّيات الاستباع الناعم للقوى الغربية»، ٩٦-١٠٠.

٢. هناك من المفكّرين الأميركيّين في السياسة وال العلاقات الدوليّة من يعتقد بتوّجه الولايات المتحدة على المدى البعيد إلى الجنوح نحو التوازن وزوال هيمنة القطب الواحد، من أمثال كينيث والتز (١٩٢٤ -

الأميركية وبقاء الأحادية القطبية، لكن المسوقة بتعزيز الولايات المتحدة قوتها الناعمة. وعلى الرغم من صياغة المفهوم حديثاً، إلا أنه استُخدم كمفهوم دلالي وعملي في محطّات مختلفة من التاريخ الإنساني.

تاريخياً، طبّقت دول الاستعمار الفرنسي والأميركية والإنكليزية المفهوم عملياً من خلال ممارسة ما يُعرف بـ«التطهير» الثقافي ضدّ شعوب مستعمراتها باسم التعليم، بينما كانت العملية عبارة عن حملة من التعرية أو المسخ أو الإبادة الثقافية التي سعى خلالها المستعمر إلى تشنّيع هويّة المستهدف لدرجة اشمئزاز صاحبها منها والنظر إلى العالم بعيون مستعمره^١. وقد قارب أنطونيو غرامشي المفهوم في القرن العشرين عبر تطوير نظرية «الهيمنة الثقافية» لكارل ماركس، وذلك في مؤلّفه رسائل السجن الذي فكّك فيه بنية الهيمنة وأوضح فيه عملية سيطرة المجتمع الرأسمالي على العقول وصناعة الهيمنة من قبل النخبة وعبر مؤسّسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة والكنيسة والمجلّات^٢. الرؤية التي تشكّل منطلقاً لبرنامج «فولبرايت» الأميركي الذي قام تحت عنوان «التبادل الطلابي أو الثقافي حول العالم، العام ١٩٤٦ ، بعد الحرب العالمية الثانية»^٣، بينما

٢٠١٣) وكريستوفر لайн (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 الثقافية لعنة كنعان الإنكليزية، ١٦-١٧.

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

٣. راجع برنامج فولبرايت بتفاصيله على موقع مكتبة الكونغرس

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

وقد جاءت الحرب الناعمة الإعلامية سباقاً في مطلع القرن العشرين، إذ أُسّست إدارة الرئيس وودرو ويلسون (١٩١٣-١٩٢١) لجنة المعلومات العامة الحكومية أو هيئة الدعاية الحكومية، التي ترأّسها السياسي والصحفى الاستقصائي، جورج كريل، وعرفت نسبة له بـ «لجنة كريل». وقد نشطت وزارة الدعاية الأمريكية في مجال التضليل بهدف «توجيه فكر معظم العالم»، وفق ما ورد في تقاريرهم السرية، والأكثر أهمية هو الرغبة في السيطرة على فكر النخب الأمريكية وتجنيدهم في نشر الدعايات المخطط لها^١. وللمفارقة، استهدفت أول عملية دعائية حكومية أمريكية في العصر الحديث الداخل الأمريكي بالتضليل ونشر الأكاذيب بغية تغيير قناعات المواطنين الراضين للدخول في الحرب العالمية الأولى. وتهاوت شعارات الديمقراطية وعنوانين الحرية أمام الأهداف الأمريكية؛ فعمدت «لجنة كريل» إلى مختلف أساليب الدعاية، ونجحت خلال ستة أشهر في تحويل المواطنين «المسالمين لأقصى الدرجات» كما يصفهم تشومسكي والمترددين من الانخراط في حرب خارجية إلى مواطنين تملّكهم الهستيريا والتعطش للحرب والمشاركة الحماسية^٢.

قاد نجاح تلك التجربة إلى اعتماد الحرب الناعمة بشكل كبير أثناء الصراع الأيديولوجي بين المعكسرين الاشتراكي والرأسمالي مع تطور نظرية الردع نتيجة حالة الرعب المتبادل بين الطرفين عن طريق امتلاك السلاح النووي. ويدرك ناي

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

٢. م. ن، ٨.

الدور الكبير لدور التلفزيون والسينما والأفلام والمسلسلات الأميركيّة في مواجهة الولايات المتّحدة لاتحاد السوفياتيّ، عبر اختراق جدار برلين قبل زمن طويّل من عام سقوطه، ١٩٨٩. الأمر الذي يفيد أنّ الإداره الأميركيّة كانت تعمل على احتواء الاتحاد السوفياتيّ بالتوّاقي مع السعي للفتاوض معه، فالاختراق الأميركيّيّ الفكريّ قوّض مفاصل الاتحاد السوفياتيّ من الداخل، وززع البنية التحتيّة وعرّضها للتأكل. فالتبادلات الثقافية التي سهّلت زيارة نحو ٥٠ ألف سوفياتيّ وفق ما يذكر ناي، ما بين صحفيّين وموسيقيّين ورياضيّين وأكاديميّين للولايات المتّحدة في الفترة ما بين عامي ١٩٨٨ و ١٩٥٨، كانت بمثابة حصان طروادة داخل موسكو.

وبعد سقوط الاتحاد السوفياتيّ، ظهرت نظرية القوّة الناعمة على يد جوزيف ناي، في سياق التأكيد على نظام الأحادية القطبيّة. وتمّ تفعيل الحرب الناعمة عقب الحرب الأميركيّة على منطقة غرب آسيا، وتحديداً أفغانستان والعراق، مطلع الألّفية الثانية، بهدف إعادة توجيه السياسة الخارجيّة الأميركيّة واستعادة توازنها بعيداً عن استخدام القوّة الصلبة التي أثبتت عدم التكافؤ في المردود والكلفة^١. فشهدت دول المنطقة ما عرف بـ «ثورات الربيع العربيّ»؛ أرادتها الشعوب أن تكون منفذًا باتجاه الديمقراطية التي تبهر الولايات المتّحدة فيها أنظمة دول المنطقة ومواطنيها، بيد أنّ التجربة كشفت الأهداف الحقيقية وراء التوجيه الأميركيّيّ الخفيّ لتلك الحركات في إسقاط الأنظمة دون تدخل عسكريّ بكلفة مرتفعة على غرار التجربة العراقيّة^٢، فضلاً عما كشفته وثيقة الشرق الأوسط الكبير والتي قدّمتها الولايات المتّحدة الأميركيّة إلى مجموعة الدول الشمانية

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](https://watson.brown.edu/costsofwar/papers/2023/IraqSyria20)

2. Ibid., p: 3-4.

الكبيرة عام ٢٠٠٤ من الأهداف الأميركيّة 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 والمجتمع تحت شعار توحيد النسيج الاقتصاديّ والثقافيّ العالميّ، بينما تتنامي الإمبريالية الثقافية وتغلب الطبيعة غير المتكافئة لتجربة الحداثة العالمية في ما يخصّ دول العالم الأول والثالث. لقد انطبعت العولمة بضرورة هيمنة الرؤية الغربية الثقافية والاقتصادية عيل شعوب العالم، وقوبلتها بما يحقق المصالح الغربية في التحكّم بالاقتصاد العالميّ، ورهن الدول بقروض مؤسّسات النقد الدوليّة لسلب إرادة الشعوب والدفع بالدول إلى مصاف الدول الفاشلة والهشّة.

الحرب الناعمة وعقيدة الفوضى الخالقة

- طرح المحافظون الجدد في البيت الأبيض الحرب الناعمة في سياق عقيدة الفوضى الخالقة ضدّ دول منطقة غرب آسيا، وشمال أفريقيا بعد هجمات أيلول، العام ٢٠٠١؛ الأحداث التي اتّخذت ذريعة لمواجهة ما أطلقت عليه إدارة الرئيس جورج بوش الابن آنذاك، «الحملة على الإرهاب»، فأعلنت وزارة الخارجية، وتحديداً على لسان الوزيرة كوندوليزا رايس «استخدام الفوضى الخالقة» في نشر الديمقراطية - وبالطبع على الطريقة الأميركيّة - وإقامة شرق أوسط «جديد»، ثمّ «كبير»، ثمّ «أكبر وواسع».

- وتُعرّف الفوضى الخالقة بأنّها «إحداث متعمّد لفوضى بقصد الوصول

١. طهوب وآخرون، الاستراتيجية الأميركيّة 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 بالتدريج بما يخدم مصالح الجهة المعنية في تفكيك الجهة المستهدفة، وإعادة تشكيلها مجددًا في قالب من التبعية والخضوع يخدم مصالحها؛ الهدف الذي صرّح به الرئيس الأميركي، بوش الابن، عند احتلال العراق، عبر جعل الأخير «واحة الديمocratية بالشرق الأوسط، ونموذجًا ستحذى به بقية الدول والأنظمة العربية». الديمocratية التي تقوم على الهدام والدمار ومن ثم «إعادة البناء» وفق نموذج منظري الفوضى الخالقة.

- تعدّ الحرب الناعمة إحدى دعامتين «منظومتين» الفوضى الخالقة إلى جانب تأجيج «الصراع» العرقي والطائفي، وتعذيب العصبيات وضرب البعد الأمني وافتعال الفتن وتنفيذ الاغتيالات. ويستبيح العدو في الحرب الناعمة استثمار أزمات الداخل ومشكلات الأقليات العرقية في توليد أزمات جديدة وقيام ثورات ملونة ومن ثم تقديم النموذج الأميركي بمثابة الحلّ. وقد شهد العقد الأخير العديد من محاولات الثورات الملونة في دول المنطقة^١، ما يصح معه إطلاق تسمية «عقد الحرب الناعمة الأميركيّة» على العقد الثاني من القرن الحالي.

١. صرّبها هي الساحة الأولى التي طُبّقت عليها هذه التعاليم بنجاح تام عام ٢٠٠٠، وتتالت بعدها الثورات الملونة بسرعة، بحيث تكاد لا تخloo منها سنة ضمن العقدتين الأولىين من القرن الواحد والعشرين، نورد أسماءها بمعزل عن نتائجها: الثورة الوردية في جورجيا (٢٠٠٣)؛ الثورة البرتقالية في أوكرانيا (٢٠٠٤)؛ ثورة التوليب أو الخزامي في قيرغيزيا (٢٠٠٥)؛ ثورة الزعفران في ميانمار (٢٠٠٧)؛ الثورة القرمزية في التبّيت (٢٠٠٨)، وغيرها. أمّا في منطقة غرب آسيا: ثورة الأرز في لبنان (٢٠٠٥)؛ ثورة الياسمين في تونس (٢٠١٠)؛ ثمّ مصر وسوريا ولibia واليمن فيما اصطلح على تسميتها بـ«الربيع العربي» (٢٠١١)، لبنان والعراق ٢٠١٩. بالعموم، باءت الثورات الملونة في منطقتنا في العقد الأخير كلّها بالفشل وجاءت نتائجها سلبية على الدول وشعوبها.

الثورات الملوّنة في خدمة الحرب الناعمة

لقد مثّلت الحرب الأميركيّة على فيتام نقطة تحول 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 المتّحدة، فكانت الثورات الملوّنة في سياق الحرب الناعمة في دول تجد الاستراتيجيّة الأميركيّة أنّه من الضروريّ تغيير أنظمتها. وتعود تسمية هذا النوع من الثورات بـ«الملوّنة» نسبة لكتيك حمل أعلام أو رايات أو أوشحة بلون معين من قبل المتظاهرين. وتعُرف الثورة الملوّنة أو المخملية بأنّها استراتيجية إسقاط الأنظمة والحكومات بطريقة سلميّة من خلال اعتماد الأنشطة اللاعنفيّة المنظّمة، والمقاومة السلبيّة، والأسلحة السيكولوجيّة النفسيّة، والحملات الدعائيّة الاجتماعيّة والاقتصاديّة. وتطّبق ذلك وفق عقيدة الفوضى الخالقة في تغيير الأنظمة وإسقاط الحكومات. تتولّى مراكز أبحاث الأميركيّة خاصّة تجهيز برامج التدريب والتخطيط والتنفيذ برعاية وإشراف المخابرات الأميركيّة، وفي طليعة هذه المراكز، مركز «ألبرت أينشتاين» في الولايات المتّحدة، ومعهد «كانفاس» في بلغراد.

وتقوم العملية برمّتها على استهداف الشعوب بإستراتيجيّة فوضى الاصطدام بالأنظمة، وتنظيم «الحركة الفوضويّة» ضمن «أنشطة لاعنيفيّة»، معتمدة على منظمات المجتمع المدنيّ والمنظّمات غير الحكوميّة في تنظيم الجماعات المعارضة ودفعها باتجاه العصيان المدنيّ وتقويض مشروعية وموثوقية الحكومة أو النظام المستهدَف، والعمل على احتواء الثورات الحقيقية وإدارتها وحرفها عن مسارها. وتُحدّد فعاليّة عمل المنظمات بقدرتها على إقناع قطاعات اجتماعية واسعة نسبيّاً بأنّها تبني مطالبها وتطلعاتها العميقه، 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 الخالقة وحرب الجيل الرابع، تطفو العديد من الإشكاليات حول مصداقية عملها وشفافيته، بل وعدم فعاليته في عملية تمكين المواطنين والعجز عن تحويل الطاقة الجمعية لأي ثورة إلى قوة شعبية منظمة معتدلة¹، ما ترجمه الحروب الأهلية في دول منطقتنا، كما في سوريا، والاستيلاء على السلطة من قبل أحزاب ما كانوا هم خيار الشعب أساساً.

يعد البروفيسور الأميركي جين شارب^٢، منظر هذه الثورات الملونة التي حفل بها القرن الواحد والعشرون في دول وسط وشرق أوروبا ووسط آسيا، وتحديداً في الدول المناوئة لسياسة الولايات المتحدة الأميركيّة. ولم يعد خافياً أنّ الحركات التي مثلّت الثورات الملونة في أوكرانيا وجورجيا وزيمبابوي وفنزويلا وإيران، وفي منطقتنا ما عُرف بموجة «الربيع العربيّ»، في تونس ومصر وسوريا، ولاحقاً في لبنان والعراق. جميعها عبرت عبر معهد «كانفاس» للتدريب، وتلقّى قادتها توجيهات مكثفة ودعمًا ماليًّا ولو جستيًّا.^٣ كما طبّقت

1. _ Lutsevych, Orygia, 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) (١٩٢٨-١٩٤٨)، سياسي وأكاديمي أميركي. درس المبعوثين من أوروبا الشرقية ودول العالم الثالث أساليب إسقاط الحكومات من خلال اللاعنف والمقاومة السلبية والأسلحة السيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية. لخص نصائحه لثوار بورما عام ١٩٩٢ لإسقاط النظام في ١٩٨٨ تكتيكيًا، وجمعها في كتاب بعنوان «من الديكتاتورية إلى الديمocratic» ما لبث أن تحول بفضل المخابرات الأمريكية إلى دليل عمل الثورات الملونة، فترجم إلى عشرات اللغات، وطبع من ملايين النسخ، ويتواجد للتحميل مجانًا على الانترنت.

٣. يكشف الفيلم الوثائقيّ التاريحيّ «كيف تصنّع ثورة؟» لمراسل «بي. بي. سي» في القاهرة، روريد أرو، التحوّل في منطق الحرب لدى الولايات المتّحدة الأميركيّة، ويوثّق دور شارب قبل سنوات عدّة من انطلاق الحراكات وعلاقاته مع قادة في «ربيع» العرب في مصر وسوريا. راجع: محمد، «كيف تصنّع

هذه الثورات العديدة من نصائح شارب في الثورة الملونة، لا سيّما استخدام صورة القبضة في التظاهرات مع كلمة «أوتبور» الصربيّة، وتعني «المعارضة» أو «المقاومة»، واستخدام «البذاءة»، والتشهير بالشخصيات الرمزية والغناء وتوزيع الورود، واستمالة الجنود، وغيرها من التكتيكات الواردة في كتيب شارب، من الديكتاتورية إلى الديمقراطية.

وتساهم الخوارزميات والبيانات الرقمية حديثاً في تفعيل الثورة الملونة لما تؤمّنه من معلومات للمشغّل يرصد من خلالها الفرصة القابلة لتفعيل من ظروف سياسية اجتماعية تراكمية ضاغطة أو تطورات أمنية مفعّلة أو واقعية أو أحداث سياسية. فيعمل على تحديد أنواع الشرائح المجتمعية الهشة القابلة للتحريك في إطار العمل ضمن المنظمات المدنية؛ أو القابلة للدمج والتشبيك لافتقارها للموانع الأيديولوجية أو السياسية والمستعدة للحضانة مع فقدان الثقة والانتماء الهويّاتي أو الوطني. وتنشط مختلف أدوات الثورة الملونة على مختلف قنوات التواصل الواقعي والافتراضي في استهداف مختلف الشرائح كل بحسب خصائصها وتطورات عناصرها.

الخوارزميات وبرمجة الاستهداف

تطورت أدوات الدول وأدواتها التأثير والنفوذ في عملية تكيف مع أنماط وأشكال الهيمنة والسيطرة عبر التاريخ. ورافقت تحولات الحياة المعاصرة ومستجدّات ظروفها عملية تبدّل أنماط وأشكال الحرب الناعمة بالاستفادة من مختلف الأساليب والآليّات الإعلامية الدعائّية، فشهدت الحرب الناعمة تحديداً في أدواتها في الهيمنة والتأثير بالتوازي مع التطور المتتسارع للمجال

التكنولوجيا؛ وتحتلّ الخوارزميّات الرقميّة في عالم الوسائل الاجتماعيّة مكانة على قدر كبير من الأهميّة والحساسية في برامج الحرب الناعمة وأدوانها. لقد أحدثت التكنولوجيا ثورة معلوماتيّة في عالم الإنترن特، تخترق حياة المجتمعات الإنسانيّة بمختلف مجالاتها ومستوياتها. وفي حين يفترض أن يخدم العلم والمعرفة تقدّم الحياة الإنسانيّة ورقيّ مجتمعاتها وتحقيق الرفاهيّة والتقدّم المنشود، ما زالت التطورات العلميّة والمعرفيّة بمثابة سلاح فتّاك في حال تسخيره في خدمة مصالح الفئات التي تستأثر بهذه العلوم أو تمتلك الإمكانيّات الأضخم في عمليّة استخدامها ضدّ بقية الفئات؛ ما تتّسع معه دائرة الخطر وترتفع درجات الخوف والقلق من اتجاهات استخدام تلك المزايا المستجدة، والتشكيك في نوايا وأغراض تفعيلها.

يشهد القرن الماضي بمختلف محطّاته التاريخيّة على أجنادات القوى العدوانيّة التي نفذتها الماكينات الإعلاميّة الضخمة والموارد الماليّة والبشرية في سياق الحرب الناعمة، ويعايش القرن الحالي نقلة نوعيّة في التأثير الإعلاميّ عبر وسائل الإنترن特. تستهدف منصات وسائل الإعلام الاجتماعيّة الأميركيّة والتابعة لها الدول والأنظمة السياسيّة المناوئة لها بطرق مختلفة وبتأثيرات متباعدة، وتعمل عبر وسائل التواصل الاجتماعيّ على إحداث التأثير السلبيّ ونشر الراديكاليّة وزعزعة الاستقرار في هذه الدول، لاسيّما التي تعاني من أزمات بنويّة في الأنظمة السياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة¹. 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://tnsr.org/2021/07/the-political-effects-of-social-media-platforms-on-different-regime-types>

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 الرقمي. تعرّف كلمة خوارزمية^١ بأنّها مجموعة من القواعد التي تحدّد تسلسل العمليّات، ومن الممكن أن تكون هذه القواعد مشيرة إلى برامج الكمبيوتر أو من الممكن أن تقوم بإجراء بيري وقراطي محدد^٢. وتحت في قواعد البيانات المرتبطة بصفحات الويب ذات الصلة، وتعيد التّائج. وتأمّن الخوارزميات الرقمية الإعلامية أو ما تسمّى خوارزمية منصّات وسائل التواصل الاجتماعي كيّفية عمل تلك الوسائل عبر معالجة البيانات، المدخلات، أو البحث والعمل على فرز الكلمات وتصنيفاتها بناءً على مدى ملاءمتها، ومن ثمّ التّنبؤ بما سيكتبه المستخدمون، كما تسمح بتحديد أولويّات المحتوى الذي يراه المستخدم أوّلاً وفقاً لاحتمالية تفاعله الفعليّ مع هذا المحتوى. على سبيل المثال، تحدّد الخوارزميات المنشورات الموصى بعرضها على صفحة المستخدم، أو قصص الأصدقاء أو الأخبار القصيرة والإعلانات.

تكمّن خطورة الخوارزميات في تأثيرها في تفاصيل الحياة اليوميّة، 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 للموقع، وشراء البيانات المتاحة بين مختلف المواقع، وتتّبع الاهتمامات والتعرّف على الرغبات

١. كلمة خوارزمية تقابلها باللاتينيّة كلمة "Algorithm" ، تنسّب إلى عالم الرياضيات المسلم محمد بن موسى، أبي جعفر، الخوارزمي الذي عاش في القرن التاسع الميلادي، وابتكر الترتيب المنطقي للخطوات الرياضيّة.

٢. هي جوهر برامج الكمبيوتر، تشير إلى تكرار عملية معينة لحل مشكلة معينة. 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 والموقع الإلكتروني إلى الشبكة المظلمة، ومن ثم إغراق الصفحة بمحتوى محدد وفيديوهات معينة وإعلانات موجهة^١. إن تهديد التأثير المايل لم يعد حكرًا على النمط الاستهلاكي والمشتريات، والتبني بالمنتجات التي تريدها، وعرضها حتى قبل أن يعرف المستخدم ما يريده تحديدًا، وإنما في استهداف المستخدمين فكريًا وثقافيًا واجتماعيًا ونفسياً، واستباحة حيز التحكم للاختيارات الكبرى والخيارات المصيرية، ومطاردة المواقف السياسية والقناعات الاجتماعية والتقاليد الدينية والأخلاقيات.

لقد تطور دور المنصات الرقمية على مدى العقد الماضي، حتى بات أداة طيعة في ساحات التجنيد بين الأطراف المتخاصمة أو المتناحرة^٢. تقدم المنصات الرقمية نقاط ضعف الفئات المستهدفة على موقع التواصل، وتستخدم المواصل الحساسة من جفاف عاطفي وجنسى ومشكلات أسرية ومقيدات عرفية وثقافية وإحساس بالدونية في عملية تحديد رسائل الخطاب النفسي المناسبة مع التغيرات السياسية والقضايا الاجتماعية والاقتصادية^٣. وللعلم، استخدم تنظيم دولة الخلافة الإسلامية، داعش، ما وفرته المنصات الرقمية من خدمات في تجنيد

١. الجزيرة، «الخوارزميات الرقمية...».

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 Comission, 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 البشرية في العصر الرقميّ تشهد ما يمكن أن نطلق عليه تسمية «الاستعمار الرقميّ» أو «الحرب الناعمة الرقمية» كبديل عن الاستعمار الجغرافيّ في استلال الشعوب الأصلية هوّيتها للقضاء على حصانتها ووأد مقاومتها. فالثورة المشفرة في تجميع البيانات وتحويلها إلى سلاح مضاد ضدّ أصحابها أنفسهم، تستبيح خصوصيّات الشعوب في عملية تجريد من نقاط القوّة وكسر حواجز الحماية الخاصة بها والنفذ إلى التفاصيل الدقيقة، بل الأدقّ عند الطرف الآخر، والاختيارات التفصيليّة والتراكيب النفسيّة؛ ما يؤمن للجهة المستهدفة إحكام القبضة عند توجيه اللّكمّة.

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 اللازمّة النفسيّة واللغويّة والأمنيّة والاستخباراتيّة والإعلاميّة؛ تسهل معها عملية الاختراق أو التسلل إلى داخل جبهات المستهدَف وإشهار الحرب منها وعبرها. فالكلمات والصور والمقاطع المصوّرة والأحاديث المتناقلة توفر 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 تحديّاً للخصم أو بؤرة تهديد أو مواجهة؛ تجنيد الوكلاء والعملاء للحاجة الأكيدة إلى عمليّات الرصد الميدانيّة التي لا تغّي عنّها عمليّات التسبّع

1. Scheuble, Sophie, & Oezmen, Fehime, “Extremists’ Targeting of Young Women on Social Media and Lessons for P/CVE”, *RAN, European Comission*, 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 عملية 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 والشرعية 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:

عملية مسح البيئة الاجتماعيّة بغية تحديد المشكلات الموجودة ورصد التوجّهات؛ البحث عن نقاط الضعف والقوّة والتحديات والمخاوف. تحديد الفئات القابلة للاستثمار بتجاهله وفعاليّة.

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

البدء بتنفيذ الاستهداف وفق الخطة الموضوعة والمسار المرسوم، مع الأخذ بعين الاعتبار التوقيت والخطط البديلة ونقاط المرونة تبعًا لمجريات الزمان والمكان.

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

آليّات برمجة الاستهداف

يلجأ صانعو السياسات في الحرب الناعمة إلى عملية تكيّف مستمرة مع التطور في العالم الرقميّ؛ تسخّر المزايا الخوارزميّة في خدمة الحرب الناعمة بغية

زيادة تأثير منصّات وسائل التواصل الاجتماعيّ وتعزيز الدفع والجذب أو التوجيه والتغيير والهيمنة لدى المستخدمين. وتنصوّي ضمن سلّة الحرب الناعمة الرقميّة العديد من الآليّات والأدوات التي تساهُم في رفع رصيد البيانات الرقميّة في الحرب الناعمة. تستفيد الحرب الناعمة الرقميّة في عمليّة برمجة الاستهداف مما توفره مزايا وخدمات الذكاء الاصطناعيّ والكلام الشفهيّ الإلكترونيّ؛ تكتيكات الدعاية و«هندسة الموافقة» و«الهندسة الاجتماعيّة» و«الحرب الإدراكيّة»، والموارد البشرية من المجتمع المدنيّ والمؤثرين.

الذكاء الاصطناعيّ

تطوّر نظريّات الردع بشكل يتناسب مع تسارع الابتكارات العلميّة والتكنولوجيّة، حتّى بات الذكاء الاصطناعيّ^١ والتعلّم الآليّ والتقنيات الأخرى ذات الصلة تؤثّر على طبيعة ونطاق وممارسة الردع والقهر والإكراه في النظريّة والتطبيق؛ للتأثير على سلوك الخصم وإقناع الآخر بالتخلي عن فعل معين والدفع باتجاه آخر^٢. وقد بدأّت أصوات التحذير ترتفع نتيجة خطورة تطوير بعض أشكال الذكاء الاصطناعيّ، لا سيّما الأنظمة التي تفكّر أو تتصرّف مثل البشر، أو تلك التي يمكن أن تحاكي الذكاء البشريّ، فتفكّر أو تتصرّف بعقلانية في حلّ المشكلات

1. AI

٢. مرّ تطوير الذكاء الاصطناعيّ بموّجات عدّة، يشهد العالم حالياً الثالثة منها: الأولى ساعدت في تدريب أجهزة الكمبيوتر على إكمال مهام محدّدة من خلال تحويل حقائق معينة مستمدّة من نظام معين إلى قواعد يمكن للكمبيوتر أن يفهمها ويتصرّف بها ويتفوّق فيها، مثل لعبة الشطرنج. استخدمت الثانية التعلم الإحصائيّ لتدريب الذكاء الاصطناعيّ على استخدام التفكير الاحتماليّ في معالجة وتفسير البيانات والمعلومات والتكيّف مع الجديدة منها، مثل التعرّف على الصوت أو الوجه وتصنيف الأشياء. تقوم الموجة الثالثة على «النكيّف السياسيّ»، وبناء «نماذج توضيحيّة» بنفسها. للمزيد، راجع: سلسلة مقالات بعنوان:

The Ethics of Automated Warfare and Artificial Intelligence

<https://www.cigionline.org/the-ethics-of-automated-warfare-and-artificial-intelligence/>

وتصرّف وفقاً لذلك. ويعدّ عالم حرب المعلومات من المجالات الخطرة التي يتمّ تعزيزها وتضخيمها بواسطة الذكاء الاصطناعيّ، بحيث يمكن استخدام مقاطع الفيديو الاصطناعيّة والتكنولوجيا المزيفة العميقه لتصنيع معلومات مضلّلة سلسة تتلاعب بكلّ شيء من الخطاب العام إلى القرارات السياسية الفردية والحسابات الجيوسياسية وعقليات الخصوم^١.

الكلام الشفهي الإلكتروني

تسخرّ الحرب الناعمة نظرية تعود إلى منتصف التسعينات عندما بدأ الإنترنت في تغيير طرق تفاعل المستهلكين مع بعضهم، وهي نظرية مفهوم الكلام الشفهي الإلكتروني^٢. يعرّف المفهوم بالعموم على أنه مشاركة معلومات المستهلكين وتبادلها حول متجر أو شركة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي واتصالات الهاتف المحمول؛ ما يسمح بتمرير المعلومات عالمياً وبسرعة^٣. يمكن تعريف الكلام الشفهي الإلكتروني من الناحية المفاهيمية على أنه أيُّ بيان إيجابي أو سلبي يقدّمه عملاء محتملين أو فعليين أو سابقين حول متجر أو شركة للعديد من الأشخاص والمؤسسات 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 تطور 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 محفزات المستهلكين على التعبير عن أنفسهم على الإنترنت، يشغل تفعيل التسويق التفاعلي السياسي عبر منصات رأي المستهلك وغرف التفكير والقرار والأجندة السياسية. تنظر العملية في رضى وتقويم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عن الطبقة الحاكمة والسلطة السياسية الحزبية وأداء مؤسسات الدولة وعلاقة المستخدمين، وتحرك وفق سوابق ودوافع المستخدمين من قبيل الرغبات والاهتمامات والمحفزات والدافع السلوكية وعوامل العلاقات الاجتماعية للأفراد مثل رأس المال الاجتماعي، بالإضافة إلى مصدر الرسالة وخصائصها. تتدخل في العديد من التنسيقات المختلفة، مثل موقع مراجعة الحسابات، وسائل البريد الإلكتروني، ولوحات المناقشة بين الجهات المستهدفة، والمحتوى الذي يدور بين الأطراف المتجادلة سياسياً أو دينياً أو ثقافياً، وسائل التواصل الاجتماعي، والمجتمعات عبر الإنترنت. وتعمل على تقديم المحتوى الذي تريد تأثير المستخدمين باتجاهه وتعمل على الترويج والتسويق له، وتوفير المواد الالزمة لإعادة إنتاجه.

وعليه، تشكل الاختلافات المجتمعية دور المؤثرين وأنواع وسائل التواصل الاجتماعي، ومقاصد المستخدمين ونواياهم، مجالات بحث الكلام الشفهي الإلكتروني. ووفقاً لاستطلاعات الرأي التي أجرتها 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>

تتوّلى الخوارزمية تعريف المستخدمين المتفاعلين مع محتوى معين ما على مقاطع فيديو بشكل متزايد^١. ومن ثم، فإنّ الأفراد الذين يحاولون الحصول على معلومات حول الموضوعات السياسية أو حتى الأسئلة المتعلقة بالحياة اليومية يمكن اقتراح محتوى خاصّ باهتماماتهم ورفدهم بمقاطع فيديو تدعم عملية التأثير أو القولبة المطلوبة.

الدعائية وهندسة الموافقة

سياسات اللجوء إلى الحروب النفسية والدعائية الناجعة لممالك القديمة الصينية والمغولية راحت تتعزّز في العشرينات من القرن الماضي، مع غوبنزي وزير الدعاية وال الحرب النفسية الألماني. وتطور الاستهداف الدعائي لأهميّته في السيطرة على الرأي العام، حتّى بات سلاح الولايات المتحدة الأبرز في العمليات السرّية والانقلابات التي دعمتها خلال القرن الماضي في ٨٠ بلدًا حول العالم، مستعينة بوحدة العمليّات الدعائية التي أسّستها المخابرات المركزية الأميركيّة CIA وتقنيات السيطرة التي وفرتها نظرية هندسة الموافقة^٢، الذي ابتكرها عالم النفس الأميركيّ، إدوارد برناي^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.

وتعد إدارة القضايا أو المشكلات أو النسخة الحديثة لهندسة الموافقة^١ حملة دعائية استباقية ومنهجية تقوم على جمع المعلومات الاستخبارية 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 يتحول ذلك إلى كتلة تحبط الأهداف وتطلب تدخلًا قد يكون ضعيف التأثير من موقع الدفاع، يتم التحضير والاستعداد والعمل على الجرئيات لمنعها من التأثير وبذات الوقت التحضير لخطوة عمل بديلة عند ظهور شيء ما بدلًا من الاضطرار إلى الهجوم على عجل.

تؤمن هندسة الموافقة إخضاع الرأي العام عبر تحديد الأصوات الانتقادية، بدلًا من المخاطرة من خلال إسكاتها بالدعائية السلبية، ناهيك عن ضمان سيطرة نسخة مشتركة من القضايا العامة على النقاش العام واستبعاد الآراء غير المؤاتية منه. وتقسم الفئات المستهدفة من قادة الرأي إلى ثلاثة تصنيفات وفق نظرية برنانيز: أصدقاء؛ عناصر على السور؛ عناصر سلبية. ثم يتم تزويد أولئك الذين يتّخذون مواقف مطلوبة بمعلومات منتظمة لاحتمال أن يصبح هؤلاء نقطة انطلاق للمواقف والإجراءات الإيجابية. وتمثل التحديات المتبقية في استعماله

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

الشريحة «المتذبذبة» أو «المترددة» و«تشويش وجهات النظر المعادية»^١. وتشير المصادر إلى أنّ هندسة الموافقة أو استراتيجية إدارة القضايا عادة ما تحتوي على ثلاثة مكونات، متداخلة في بعض الأحيان: جمع المعلومات الاستخبارية وتقويم المناخ الاجتماعي والسياسي للمحيط؛ محاولات التلاعب بالمناقشات العامة في اتجاه مواتٍ للمستهدف؛ ومحاولات استبعاد الأصوات المتباعدة 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 الإدراكية

تؤمن الخوارزميات للعدو أو الخصم أو المنافس ممارسة الحرب الإدراكية - 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>

2. يستند التلاعب بالنقاش العام وفق برنايز إلى مزج من أربع استراتيجيات للتأثير في المناقشات العامة: التأثير؛ 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 يطوّعها للاستسلام والخضوع اعتقاداً بأنّ ذلك يخدم مصلحتها ويجنبها المشكلات والأزمات المحيطة بها، ويوفّر لها الحياة الهانة والرغيدة. تستهدف الحرب الإدراكيّة عناصر نمط التفكير الخمسة: المنطق المجرّد؛ القيم العقلانية العامّة؛ مناهج التفكير العلميّ؛ القواعد الدينية والشرعية؛ المفاهيم الثقافية المعاشرة والمتداولة، وتشّنّ على الفئات الصلبة في مواجهة الهيمنة والاستكبار واللصوصية، بغية التحكّم بالاستنتاجات والتصوّرات ومن ثمّ القرارات فالتصرّفات خدمة لأهداف المهاجم في تطويق المستهدف للقبول بالتغيّر، وتوظيفه في تحصيل المنافع وتفكيك البنية الفكريّة والحياة الاجتماعيّة للمجتمعات أو الفئات المستهدفة أو المستضعفة^١.

وفي حين تشكّل حرب التلاعّب بنمط التفكير فئات باعتقادات جديدة؛ تبنيّ طروحات الطرف المهاجم قولًا وفعلاً، تكمّن الخطورة في عمليّة التوظيف لهؤلاء في العمليّات المستورّة أو القابلة للإنكار، ومنها الثورات الملوّنة التي يتمّ الدفع بها من الخلف على أنها حالة شعبيّة عفوّية سلميّة بمطالب محقّقة، سرعان ما يعمل على ضبطها وإدارتها للسيطرة عليها وتعديل التوجّهات وفق مصلحة المشغل ومنع قيام قيادة مستقلّة عنه.

المجتمع المدني والهندسة الاجتماعيّة

تستفيد الثورات الملوّنة في سياق الحرب الناعمة من البيانات الخوارزميّة المتاحة والانقسامات الأيديولوجيّة واللغويّة والعرقيّة والدينيّة في المجتمع والمواضيع العاطفيّة أو المثيرة للجدل، المتصوّرة على الأقلّ، في الخطاب العام؛ بما يسّهل عمليّة الاستهداف وبثّ المعلومات المضلّلة والدعائية وتنظيم

١. قيسبي، «زرع الأفكار عمليّات التغيير التدريجيّ في الحرب الناعمة».

حملات إشاعات حول الرموز والأحداث التاريخية أو الجارية، وتعبئة الناس للأنشطة السياسية والظاهرات، وفق ما حددته مخرجات عملية معالجة البيانات وتحليلها. وبناء عليه، تشكل الإمكانيات الإعلامية والتكنولوجية عامل أساس في رسم مصير «الحرب عن بعد» و«الحرب الاجتماعية»، بحيث تسهل للمنظمات غير الحكومية ونشطاء المجتمع المدني الدخول في الخطاب العام وتكون تصوّر بأنّهم يمتلكون «الجماهير» من خلال ما هو معروف باسم «الهندسة الاجتماعية»¹.

تقوم «الهندسة الاجتماعية» على التلاعب النفسي بالناس والتأثير عليهم والدفع باتجاه أداء أعمال أو إفشاء معلومات سرّية أو حتى اتخاذ إجراء قد يكون أو لا يكون في مصلحته. ويفلّب استخدام «الهندسة الاجتماعية» في أمن المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي؛ فهي ترتكز على البيانات المتوفرة، بدءاً من جمع المعلومات و«تحليل الشبكة الاجتماعية» وتحديد السمات الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، يتم إنشاء نوع من الاتصال بناء على النص التفسيري المحدد. بعد ذلك، يتم تنفيذ «الهجوم» الفعلي أو نشاط التأثير عبر تقديم المحتوى، إما في شكل رسائل فعلية، أو من خلال تقديم روابط للتقارير، أو استخدام مواد رسومية (غالباً ما تكون عاطفية للغاية) أو إشارات إلى المقالات الأخبارية أو المدونات التي تدعم ادعاءً أو تفسيراً محدّداً للأحداث. تحقيقاً لهذه الغاية، فإنّ ما يسمى بالمتصيّدين 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 تحدياً تاريخياً للتجنيد داخل المجال الافتراضي^١. 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 التوظيف^٢. ويتم استخدام المؤثرين من مدونين وخبراء ومشاهير كقادة رأي عام في مجال التسويق الشفهي الإلكتروني^٣، ليس لمنح المعلومات فقط، ولكن للقدرة على الاتصال الشخصي مع الجمهور أو المتابعين لمحنوى المنصات التي يشغلونها أيضاً^٤، 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 أنها ذات مصداقية. في المقابل، يتم تعويض المؤثرين من خلال تلقي متجات مجانية ودعوات إلى أحداث حصرية و/ أو تعويض مالي؛ تعد علاقة المقايسة هذه عنصراً محدداً لثقافة المؤثر.

الخاتمة

تؤمن المتغيرات الحياتية الكبرى ومنها تطور المواصلات ووسائل التواصل عملية حراستة مخرجات الحرب الناعمة في المجتمعات المستهدفة من قبيل التبعية الذاتية والهيمنة المحلية وتحميم الخصوص لحياة المهيمن وثقافته من بوابة التبادل الثقافي؛ النواتج التي سيلتها سردّيات التحديث ومشروعية الهيمنة وقولبتها في النخب المحلية. هي حرب هجينية تقوم على «القصف» الفكري والإعلامي وال النفسي والإدراكي في استباحة الهوية الثقافية وصولاً للهوية الوجودية أو الأنطولوجية، والهدف هو نزع كل جدار عازل أو رادع أمام مشروع مواجهة الفكر الإسلامي الأصيل الرافض عملياً للخصوص والتبعية والاستلاب والتغريب. إن ما شهدته النظام القطبي الأحادي من مؤشرات في التشظي والأفول، منذ عقدين تقريباً، مع تحول سلطة العديد من الدول خارج مفهوم المنظومة الأميركيّة للديمقراطيات الليبرالية ونموّ متصاعد في ركب التعددية القطبية، كان بمثابة إنذار مبكر للولايات المتحدة لضرورة تفعيل الحرب الناعمة لدول منطقة غرب آسيا وأد مشاريع الحركات التحرّرية الصاعدة.

وفي حين تمثل منصّات التواصل الاجتماعي فرصة للتبادل الثقافي بين الشعوب وال التواصل الإيجابي بما يخدم الإنسانية إلا أن مفهوم العولمة في الهيمنة والاستعمار جعل منها سلاحاً فتاً بيد الفئة التي تمتلك المقدرات والإمكانيات

والموارد البشرية والإعلامية والمالية الضخمة، كما فرض الاستحواذ على تكنولوجيا الاتصالات المتطورة المعاصرة والتفوق في العلوم التقنية والحواسية في المجالات الافتراضية تهديداً حقيقياً على مجتمعات الدول الأقل تطويراً في هذه المجالات، وجعلها عرضة لعمليات استهداف مبرمجة على قدر كبير من الخطورة. تشكل البيانات الخوارزمية حديثاً والقدرة على التحكم بها رصيداً هائلاً من نقاط القوة للجهة التي تمتلكه، ومن أدوات الفتاك بالجهة الضعيفة أو المستضعفه والتأثير المباشر على زعزعة كياناتها وأنظمتها السياسية واستقرارها انطلاقاً من التحكم بمجتمعاتها وفئاتها، لا سيما النخبوية والشبابية.

في سياق استراتيجيات الحرب الناعمة الهجينية، تلعب الخوارزميات الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي دوراً خطيراً في محاولات التأثير على تصور الناس للأحداث والمواضيع الجارية وبرمجة التوجهات العامة والسيطرة على العقول المستهدفة وتقيد أنماط تفاعلها وفق النمط المهيمن بما يتماشى مع أهداف النخبة التي تخدم الجهة المسيطرة، وتدفع الجماهير نحو الرغبة والسعى لفعل ما تريده الجهة المستهدفة أن تفعله ولو لغير صالحها. وكما هو حال ازدواجية المعايير الأمريكية في التعامل مع ملفات السياسة، تطفو الرؤية الأمريكية في استئثار حق استخدام وسائل التواصل بالطريقة التي تخدم مصالحها وأهدافها في التنميط والقولبة والإخضاع النفسي والإدراكي تحت عناوين «أخلاقيّة»، بينما يصف هو نفسه إجراءات ما يعرف بـ «الحظر» الإلكتروني الهدافة إلى حماية سيادة الدول وشعوبها بأنّها جريمة وتواجه بالإدانة إلى حد فرض العقوبات. والأمر الخطر هو في وصول الحرب الناعمة الرقمية إلى درجة القدرة على اختراق نمط تفكير تلك الجماعات المستهدفة إلى حد رؤية الحماية الإلكترونية بعيون العدو، أي جريمة وتستحق العقاب.

لقد تجاوزت الخطورة حد التنميط وقولبة العقول التي تم قصفها باتجاه تحويلها إلى أدوات مبرمجية أشبه بـ «روبوتات» يتم تفعيلها عند الضرورة ووفق البرنامج المحدد لها. فالاستهداف اليوم في السيطرة دخل مرحلة التنفيذ الإجرائي عبر التأثير على القرارات والخيارات؛ ما يستدعي رفع الإنذار المبكر في الحاجة إلى خطة استجابة مضادة في ضرورة مواجهة الحرب الناعمة الرقمية الجارية.

- بداية، تجدر ضرورة الاتفاق أو التوافق بين مختلف الشرائح المستهدفة على أننا خوض معركة لا تقل خطورة عن المعركة العسكرية، بل إننا في مرحلة متقدمة منها، وهو ما يحتاج إلى تضافر مسؤوليات الجهات المعنية على مختلف المستويات الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية والإعلامية في الكشف والتبيين لخطورة المرحلة والتقنيات المستخدمة والعمليات الجارية في استهداف مجتمعات منطقة غرب آسيا، وتحديداً التي تعاني أزمات اقتصادية وسياسية واجتماعية. وكذلك العمل على تحويل الاستجابة لهذه الحرب الجارية إلى وعي جماعي واتحاد في المواجهة ومسؤولية متوازنة ومنضبطة أخلاقياً وإنسانياً وشرعياً.

- تستدعي المواجهة تجانس الأدوات في الدرجة الأولى، فالاستعداد يحتاج تجهيزات وأدوات تقنية وذات بعد تكنولوجي، الأمر الذي يرفع مسؤولية تطهير الإبداع الكامن وتفعيل الطاقات الشبابية وتنمية روح الاقتدار العلمي والنهوض الفردي والاجتماعي في الابتكار والابتكار، سواء لمواكبة التطورات الجارية أو استهدافها المضاد أو التشويش عليها وتخفيض فعاليتها. وهي مسؤولية مشتركة بين الدولة والمواطن، لكنها لا تعفي الأخير في حال تفاسع الأول أو قصوره وقصصه.

- كشف عدم جاذبية النموذج الآخر وخواص المضمون على المستوى المعنوي

والنفسي والاجتماعي، وتبين نقاط ضعف النموذج الغربي السياسي والاقتصادي وتداعياته السلبية على شعوب المنطقة من نهب للموارد والثروات وافتعال الحروب وإثارة النزاعات.

- الاستفادة من اللغة المعاصرة في الاتصال والسعى لتحقيق فوائد ومحرّجات 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 الحالي هي معركة الوعي والبصيرة والتحصّن بهما في منع عملية السيطرة على خيارات الشعوب والأمم. وما أشبه اليوم بالأمس، فالحضارة الغربية الزائفة التي قام تمرُّرُها على الغزو والحروب والإيادات الجماعية والتعامل الدوني مع الشعوب والحضارات الأخرى، هي نفسها اليوم بعد مئات السنين تلجأ لنفس الأساليب لكن بمظاهر «متقدمة ومتطرّفة» للحفاظ على استمراريتها؛ فما زالت تعاني الخواص والفراغ من الداخل، وتفتقر تقديم الرؤى البديلة وهي تنظر إلى أنظمتها السياسية والاقتصادية التي فرضتها بالقهر والقمع تتهاوى، في معركة البقاء في سياق صراع الباطل ضد الحق.

- في حين يشهد العالم أفال النظام القطبي الأحادي ترتفع تحديات النظام الجديد غير الواضح المعالم حتى الآن، ما يدفع باتجاه النظر في الدور التقديمي للنموذج الإسلامي الأصيل واستعادة مكانته في الحضارة الإنسانية العالمية. الأمر الذي يقتضي من العلماء والمثقفين والمفكّرين البحث في مقتضيات المرحلة المقبلة وتحديد تحدياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكريّة ومحاولة صوغ إطار نظري وعملي في معالجة مختلف التحديات والتهديدات.

- ضرورة الإيمان بتفوق القوّة البشرية على القوّة الرقميّة التي لا قيمة لها دون المحرّك البشريّ، غير أنّ الحاجة ملحة 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. تشو مسكي، ناعوم، السيطرة على الإعلام الإنجازات الهائلة للبروباغندا، تعرّيف: أميمة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدوليّة، القاهرة، ط١، ٢٠٠٣.
٣. العكش، منير، أميركا والإيادات الثقافية لعنان الإنكليزيّة، رياض الرئيس للنشر، بيروت، ط١، ٢٠٠٩.
٤. قبيسي، هادي، «الاحتلال الذاتي آلّيات 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 التدريجي في الحرب الناعمة»، أكاديميا، ٧ كانون الأوّل ٢٠٢٣.
٦. محمد، سعيد، «كيف تصنع ثورة؟ ... سيرة ملهم الشورات الملّونة»، الأخبار، ٦ تشرين الثاني، ٢٠١٩. https://al-akhbar.com/Literature_Arts/278937
٧. محمد، سعيد، «أن تقرأ فوكو—غرامشي معًا إعادة نظر لازمة في فلسفة الهيمنة»، الأخبار، ١٩ تشرين الثاني ٢٠١٩. https://al-akhbar.com/Literature_Arts/279627
٨. الجزيرة، «الخوارزميّات الرقميّة.. هل نحن حقًا من يختار؟»، في سلسلة: «الخوارزميّات.. نظام عالميّ جديد»، الجزيرة الوثائقية، ١٧ تموز ٢٠٢٢.

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

٩. شبكة المعارف الإسلاميّة الثقافية، «الحرب الناعمة نقاش في المفهوم»، شبكة المعارف الإسلاميّة الثقافية، تاريخ النشر: ٢١-١٥-٢٠١٥، تاريخ المشاهدة: ١٩ - اوت - ٢٠٢٤، من الرابط:

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

١٠. طهوب، عامر وآخرون، الاستراتيجية الأميركيّة في المنطقة مشروع الشرق الأوسط الكبير، مركز الكاشف للدراسات الاستراتيجية، ٤، 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 Women on 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/>

الموقع الإنترنطيّة:

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:
التمرکز الغربي وخطاب الميديا الثقافي

الغرب الرقمي وثقافة الميديا الأصول الالثقافية للمركزية الأوروبية

عمر الأمين أحمد عبد الله^١

تستعيد هذه الدراسة للباحث والمفكر السوداني عمر الأمين أحمد عبد الله المركبات اللاهوتية والأيديولوجية التي قامت عليها الحضارة الرقمية في الخطاب الثقافي الأوروبي. وفي هذه الاستعادة يلاحظ الكاتب ما يسميه بالأصول الالثقافية للقارمة الأوروبية، ليبيّن بعد البربري الذي نشأت فيه تلك القارة، والأثر العميق الذي ترتب عليه. فقد جاءت التقنية برأيه كمحصولٍ تاريخيٍّ لهذا بعد، وهو الأمر الذي تدلّ عليه وقائعية العصر الحديث، وخصوصاً لجهة تهافت البنية الأخلاقية والقيمية للمجتمع الغربي.

بات معلوماً أنّ أوروبا هي وجودٌ جغرافيٌ وتاريخيٌ في آنٍ واحدٍ جغرافياً، فهي كانت ضمن جغرافيا العالم القديم، ثمّ أصبح لها وجودٌ مختلفٌ بعد اكتشاف العالم الحديث، أي بعد اكتشاف الأمير كيّتين وأستراليا.

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

١. مفكّر وأستاذ في الفلسفة الإسلامية، السودان.

ثاني تمثله بعض الدول الوسيطة في التحاقها ببعض الدول الأوروبية مثل البرازيل وتايلاند ومؤخراً دول الخليج، وعالمٌ آخرٌ يمثل قاع التخلف والفقر ويمثل العالم الثالث ويقع في هامش النظام الذي صاغت عليه أوروبا عالمنا المعاصر.

مستدركات مصطلحيةٌ:

قد يدخل الاستعمال المصطلحيٌ تداخلاً قد يخلٌ بما نقصد هنا في هذا المبحث، فما نعتقد أنه دون هذا التداخل يستند إلى صحيح المفاهيم اللغوية كأصولٍ ينبغي ألا يفارق صاحبها صياغةً لأيٍّ مصطلح. مثالٌ على ذلك قولنا «معرفة علمية» وهذا لفظٌ يربط ما بين مخالفين في المنشأ، فالإنسان لا يملك العلم، ولكنه يملك معرفته؛ لذلك فاتصال المعرفة بالعلم لا يلقي بأيٍّ ظلالٍ معرفيةٍ على العلم، بل يظلٌ العلم في كامل صحته مترفعاً عن أيٍّ تعلقاتٍ معرفية. ولو لا ذلك ل كانت المعرفة العلمية التي تظهر منها العلم - كما هي مسألة دوران الشمس حول الأرض التي كان يقول بها المعلم الإغريقي أرسطو - حقيقةً علميةً وراسخةً إلى يومنا هذا. لكنها معرفةٌ ثبت بطلانها دون أن تؤثر على الحقيقة الراسخة بأنَّ الأرض هي التي تدور حول الشمس كحقيقةٍ ثبت رسوخها علمياً لم تصب بدانس الجهل والغفلة المعرفية التي يتّصف بها الإنسان بما لا يؤثُّر على حقيقةٍ علميةٍ أصليةٍ.

فما نعرفه من المعرفة العلمية الصحيحة كان كما تقرّر لاحقاً حول الخطأ المعرفي للعلم أرسطو، أو جهلاً كما هو قول علماء الفيزياء بعد إساحق نيوتن وقبل اكتشاف الطيف الكهرومغناطيسي. إنَّ الكهرباء ما هي إلَّا سائلٌ يسري في الأُسلاك، فذلك يدلّ على طفولتنا ويفاعتنا المعرفية، ويدلّ كذلك على جهلنا وعدم معرفتنا بما نمتلكه من علمٍ والذي هو قليل جداً.

استدركَ مهُم يشيره هذا السؤال عن القياس الكمي لأوروبا. يثور هذا السؤال خاصةً عندما نصطدم بمفهوم الاتحاد الأوروبي. لكن يسعفنا ما يُثار 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 تنضم حينها، أميركا الشمالية بشقيها وأستراليا واليابان، فنعتبرها ضمن هذا المصطلح.

موجبات الاصطدام المفهومي ينحل عندما نلاحظ أن الاتحاد الأوروبي نفسه كمًا غير كامل الانسجام، إذ إنه اتحاد تجاري يقوم على اتفاق بين أعضائه على تجنب موجبات المنافسة التجارية في وجه الخصوم التجاريين، والذين هم بالضرورة خصوم سياسيون. مع ذلك فالخصومة بين عضوية الاتحاد الأوروبي والتي هي ضمن ما هو مقدور عليه في إطار التفاهم السياسي لا تتصادم كثيرًا مع واقع أخوّتهم خارج هذا الاتحاد ممن ينضوون تحت قبة النظام الرأسمالي الاحتكاري للعالم الأول، فيصبح حينها ما نقصده من مصطلح أوروبا مفهومًا سياسيًا لا نكاد نرى فيه فرقًا بين الولايات الأمريكية وفرنسا وإنجلترا وألمانيا... إلخ.

يبدو أن النظر لأوروبا في التاريخ يوصلنا ببساطة إلى أنها في حاضرنا ترى نفسها ممسكةً بمقود العالم المعرفي والعلمي، فهي لذلك ترى نفسها ذات مسؤولية معرفية وعلمية نظرية وعملية تجعل العالم مصطفًا حولها مأخذًا بمقوده بواسطتها.

ولا يبدو أن هذا الأمر قد حدث كيما اتفق، فأوروبا هي في الواقع الأمر ممسكةً بمقود العالم السياسي والاقتصادي منذ القرن الثامن عشر، ولم تتخلى عنه إلى يومنا هذا، فإذا كان الأمر كذلك، فإن إمساكها بالقياد المعرفي يبدو عندها طبيعياً

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

نظرة بسيطة إلى هذه النتيجة تجعلنا نرى أنَّ استيلاء أوروبا على السلطة السياسية والاقتصادية لهذا العالم لم يكن بسبب قدرتها العسكرية فقط، فإذاً إلى ذلك، كان حراهاها عبر سلسلةٍ من التطور الإنسانيٍ عبر دولتها في حالاتها الثلاث: دولة الإمبراطورية، ثمَّ دولة النباء (أي القناة والإقطاع)، ثمَّ دولة سيادة الطبقة البرجوازية والرأسمالية (أي ما يسمى 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، أنَّ تلك رسالةً يجب أن تؤديها في حقِّ الإنسانية. ثمَّ ساعد على ذلك إنجاز الثورة الصناعية وما حدث بعدها من تحولات عميقةٍ في بنية المجتمع الإنسانيٍ، وذلك كان تعزيزاً لما تراه من رسالةٍ تطويريةٍ كانت تؤديها لصالح الإنسانية.

ويبدو أنَّ أوروبا بعد إنجازها ثورة التحول الصناعيٍ لم تتوقف عندها، بل أضافت بعدهاً جديداً، وذلك بإضافة إنجازٍ جديدٍ، وهو التحول إلى ثورةٍ جديدةٍ، ألا وهي الثورة الإلكترونية، وهي الآن تستشرف عهداً جديداً هو عهد الثورة الرقمية بما في ذلك من إضافة وسائل التواصل الاجتماعيٍ كبعدٍ جديدٍ يضع العالم أمام تحولات عميقةٍ قد لا نستطيع إجادتها التحسّب لها. ويبدو أنَّ هنالك سؤالاً كبيراً: هل كان نتاج ما تحقق في أوروبا من نموٍ عبر مراحل دولتها المختلفة، ثمَّ ما أوصل إلى ذلك من ثورةٍ صناعيةٍ ثمَّ ثورةٍ إلكترونيةٍ، هل كان كلَّ ذلك كافياً لأنَّ يسلِّم العالم لأوروبا قياده كي تنجز تحولاً بضميمة تحولات الثورة الرقمية التي ربما تؤسِّس لانقلابٍ مجتمعيٍّ كبيرٍ في عالمنا المعاصر؟!

اشكالات عميقة في المفاهيم العلمية الأوروبية

ولو كانت أوروبا تمسك بمقدار ذي سدادٍ معرفيٍّ يتسم بأنه يمتلك ناصية العلم، لكان ذلك مدعوة لاتفاقنا معها تماماً، ومدعوة كذلك لاصطفافنا خلف مقدارها. لكننا نرى الاعوجاج الظاهر في هيئتها المعرفية والعلمية، ف فهي تعاني من خللٍ منهجيٍّ كبيرٍ ناتجٍ من ظنّها أنها تمتلك ناصية العلم، في حين أنّ علومها لا تستخرج إلّا من باب علم الإبستمولوجيا التي يقصد بها ما هو مبرهنٌ عليه علمياً¹ من تجريب صادقٍ¹

وهذا النوع من التفكير الأوروبي يرى أنَّ العلم مستخرجٌ من المعرفة. فهو يقرُّر ذلك وهو مطمئنٌ وغيرِ آبهٍ بطفوّلته المعرفية التي كان يرى فيها إلى عهْدٍ قريبٍ أنَّ الأرض هي مركز الكون وأنَّ الشمس تدور حوله وأنَّ الكهرباء ما هي إلَّا سائلٌ يسري في الأسلام. ولم يسعف أوروبا استنتاجاتٌ ذهنيةٌ تجريبيةٌ لاحقةً أثبتت خطأً ما كانت ترى مما ذكرنا أعلاه ثمَّ صَحَّحته، وقد كان هذا التصحيح يقتضي أن ترى أوروبا طفوّلتها العلمية تحيط بمعرفتها. لكنَّها في سبيل تجاوز الاعتراف بطفولتها المعرفية في مجال العلم، خلُصت بعد ذلك بأنَّ وأضافت مفهوماً يقول إنَّ العلم ما هو إلَّا تجريبٌ تراكميٌّ يصَحُّ ثمَّ يُرَجَّح بعضه بعضاً بما لا يمكننا بأن نضع له حدًّا تعريفياً ذا ثباتٍ معرفيٍّ يمكن أن نرَكِن إليه. فتحرّرت من خلال الطفوّل المعرفية وحوّلتَه باللقاء على كاهل العلم.

هذا الموقف يمكن أن يُرى فيه خللٌ منهجيٌّ كبيرٌ. فإذا لم تكن الشمس تدور حول الأرض أصلًا منذ بداية تكوينها، فإنَّ ما سبق تقريره حول ذلك، بكونها تقوم بالدوران حول الأرض، في يوم من الأيام، هو خطأٌ بينَّ. هذا الخطأ يشكّل قصورًا لا يختصّ به حقيقة دوران الأرض حول الشمس، وهذه هي الحقيقة العلميَّة التي

١. لالاند، معجم تقنيات ونقد الفلسفة.

لا يلحق بها أي خطأ في حقيقتها التكوينية، بل كل الخطأ ناتجاً في وهن فهو منا الغضة. إذ إن العلم لا يراكم كما هي الحقائق الجوهرية القانونية التي تسري في عالمنا منذ نشأته وتكوينه الأول، إنما الذي يراكم هو معرفتنا لها التي هي كانت نفسها خاطئة لمفهوم علميٍّ هو في كمال صحته وسداده.

ويبدو أن الخلل الذي ذكرنا أنه ناتج عن طفولة أوروبا المعرفية وطفولتها العلمية، ليس هو بالعامل المعروف لأوروبا كي يُكبح جماحها في أن تتحكم في مقود الإنسان العلمي والمعرفي، لكنّها مع ذلك أمسكت به في نهاية أمرها، وذلك لتحكمها السياسي في عالمنا المعاصر. وذلك أمرٌ يحتاج إلى مزيد من التوضيح.

الخلفية التاريخية لنظام أوروبا المعرفي

بالرجوع إلى ما كان حادثاً في تاريخ الفهوم الأوروبيّة - التي رأينا أنها كانت في طفولتها ويفاعتها المعرفية - فذلك أمرٌ لا تُلام أوروبا عليه، إذ إنّها ليست بداعاً من عالمٍ كان بالكاد يتجاوز من تחום العصر الحجري الحديث تخارجاً وئيداً في اتجاه الوصول للحضارات الإنسانية. الأولى في حوضي واديي نهر النيل الأدنى، فتلك فترة زمنية لا تتجاوز ألفين ونصف عام، وهي فترة قصيرة جدًا مقارنةً بما مارسته حضارات آسيا وقاره إفريقيا كلّها، مازالت تعتمد الآلات الحجرية في كثيرٍ مما كانت تؤديه من أعمالها، فالإنسان الإفريقي أو الأوروبي كان يطحن حبوبه الغذائية بأحجار (الرحي) إلى تخوم القرن الثامن عشر، وكان يستخدم الفخار في أدوات طبخ وتناول الطعام، وتلك كلّها كانت سماتٍ متدللةً من العصر الحجري المتأخر أو ما يسمى بالعصر الحجري 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 ظل الاحتياج الإنساني للفرد في منزله يقع في تاريخٍ متأخّرٍ يعود إلى العصر الحجري، حيث كانت صناعة الفخار فقط هي التي تساعد الفرد في تخفيّر أدواته المنزلية. وقد صار حال الإنسان في شأن احتياجاته المنزلية يتّظر عهداً لاحقاً سيتحقّق بعد الثورة الصناعية في أوروبا التي انتظمت بُعيد القرن الثامن عشر كي تحلّ أدواتٌ معدنيةٌ مكان أدواته الخزفية.

حملت هذه التحوّلات التي انتظمت من المركز الحضاري في حوض وادي النيل وحوض البحر المتوسط تغييراتٍ جوهريّة في بنية المجتمع بحسب تراكم خبراته العملية في الحضارات القديمة، أي ما بعد إنسان العصر الحجري، ثم التحوّلات الأوروبيّة اللاحقة، أي ما بعد الدولة الرومانية (دولة القنانة)، ثم الثورة الصناعية، ثم المرحلة الأخيرة التي تحالفت فيها طبقة الرأسمالية والبرجوازية لإنجاز مرحلة التحوّلات إلى دولة الجمهورية. كل هذه التجمّعات كانت تحفظ بسجلٍ تاريخيٍّ لتطور مجتمعاتها وتطور أنظمتها السياسيّة، لكنّها في عمومها كانت تحمل مفاهيم تستند على كلّ ما هو أسطوريٌّ.

وقد يعبر، في أوروبا، القرن التاسع عشر عهداً ظهور الذهنية التجريبية والمؤسّسة العلمية بما فيها من معامل لاختبارات هذه الذهنية التجريبية. وترى أوروبا أنّ تطور هذه الذهنية هو تجربةٌ أوروبيةٌ تمت نتيجةً لتراكم الخبرات العملية التي أدّت إلى تراكم المفاهيم المعرفية، تلك التي أدّت - كما هو المفهوم الأوروبي - إلى ظهور مفاهيم علميةٍ متحقّقاً منها ومجربةً معمليّاً كما هي الظاهرة الكهربائيّة مثلاً. وبما أدّاه ذلك الظهور لهذه الذهنية التجريبية من تصحيحٍ لكثيرٍ من المفاهيم الأسطوريّة التي تستند إلى الأساس الأسطوري، فإنّ أوروبا في ذلك

الحين قد استشرفت بعد الثورة الصناعية والانقلاب المجتمعي الذي صاحبها ثورة التطور العلمي اللاحقة لظهور الآلة البخارية، خاصة بعد اكتشاف الفحم الحجري ثم البترول.

ولا تبدو لأوروبا مراجعاتٌ كانت ينبغي أن تستدرك بها لتصحيح معارفها أنَّ العلم كمُصطلحٍ أصله إسلاميٌّ وقرآنٌ نزل منذ القرن السابع الميلادي الذي انتظر بعد ذلك خمسة قرون في خفاءٍ لم ينجز إلا في القرن التاسع عشر في الثورة العلمية في أوروبا.^١ وليس العلم كمُصطلحٍ فقط هو الذي ظهر، بل كان مصاحباً في ظهوره ظهور آليته العلمية، وهي نظام الحساب العشري، تلك التي أسّست لمقاييسٍ في الرياضيات وأساليب لمعالجة الكم والكيف وفق هذه الآلية، وما كان ممكناً إحداث أي منجزٍ علميٍّ دونها. فقد كان للحساب العشري أصلٌ إسلاميٌّ استند إلى طريقةٍ استندت بدورها إلى أصولٍ تنزيليةٍ أوضحتها وعلّمنا إياها المصطفى -عليه أفضليّة الصلاة وأتمّ التسليم- كمسلمين يجب علينا معرفة كيفية حساب الزكاة والمواريث وحسابات الديون والتجارة كقيمٍ تعبديةٍ. هذه الطريقة التي علّمنا إياها المصطفى تستند إلى طريقة الحساب العشري الذي يبدأ بالرقم العشري (صفر) وتنتهي حساب آحاده بالرقم (تسعة)، (فتلك عشرة كاملة)^٢، وتمثل الأساس في حساب النظام العشري. وقد اعتمد حساب الزكاة والمواريث على أساس (الصفر) كرقم له أهميّة في عملية الجمع والطرح والقسمة كذلك في الكسور العشريّة وجمع وضرب وقسمة الكسور الاعتياديّة، وأيضاً في طريقة تحقيب الكم الرقمي إلى حزم حسابيّة تتكون من آحاد وعشراتٍ ومئاتٍ... يسهل كتابتها، وهذا ما كان يذخر به التراث الحسابي الإسلامي وتخلو

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

٢. استعارة من التنزيل الحكيم

منهما كافة تجارب الحساب الإنسانية في كافة قارات الدنيا^١، ومثالنا الظاهر على ذلك هو عجز الحروف الرومانية عن إجراء أي عمليات حسابية لعدم وجود حرف (الصفر) فيه، ولعدم وجود تحقيب الآحاد والعشرات والمائات تلك التي جاء بها لأول مرة في البشرية بحساب الزكاة والمواريث، وعلمنا لها أستاذنا المصطفى عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم وسيدنا أمير المؤمنين علي بن أبي طالب عليه السلام.

وعلى الرغم من وجود آلية الحساب العشري وعلموية موضعتها للفصل الكمي والكيفي للمسائل المطروحة في التجريب المجتمعي الإنساني، إلا أن سيادة المفاهيم العلمية قصرت عن أن تصحح خلل الطفولة واليقااعة المعرفية التي ألقت بظلالها على كل الإنسانية، واحتضنت بها أكثر ما احتضن به سواها الدولة الرومانية، ثم دولة القناة، ثم دولة التحالف الرأسمالية والبرجوازية اللاحقة. فالذهنية الإنسانية التي صاحبت الفتوحات الإسلامية للعالم لم تكن تلقي بكثير ظلال الاستبعاد والاستحواذ والسلط، فدخلت معظم الشعوب الآسيوية في كنف الإسلام كردة فعل لعدل هؤلاء الغزاة فيهم مقارنة بسطوة وعسف الإمبراطوريات التي كانت تحكمهم قبلها وتسمونهم سوء العذاب. ثم انتزع الإسلام طوعا لا كرها الجزء الشرقي من الإمبراطورية الرومانية، أي تركيا ومنطقة البلقان، تلك التي فضلت الدخول في الإسلام عن الاستمرار في وثنية رومانية ملتقبة بزى مسيحي كان نتيجةً لمواءمة أحداثها ما يسمونه بالرسول (بولس) ما بين ذهنيتين الوثنية الرومانية والذهنية المسيحية الناشئة.

ولم يكن الرشاد هو ديدن ما تبقى في الدولة الرومانية الغربية بعد تفككها إلى دوليات، فقد سادتها ذهنية سلطوية متنزلة تنزل لا حقيقةً عن سلاليتها الباطشة، وهي

الدولة الرومانية القديمة، فقد خاضت الدول الأوروبية المتخندقة في حدودها للدولة الوطنية القطرية حربين طاحنين انتظمت فيهما كلّ أوروبا من أقصاها إلى أدناها، وأسموها زورًا وبهتانًا بالحرب العالمية الأولى (١٩١٤-١٩١٨ م) وال الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩-١٩٤٥ م). وهم في واقع أمرهما ليستا حربين عالميتين، إنّما هما حربان أوروبيتان يمكن أن يشيرا إلى يفاععة الذهنية الأوروبية الممسكة بشؤون إدارة الدولة؛ إذ لا يمكن أن توصف الذهنية التي أدّت لمقتل عشرات الملايين من الأوروبيين في هاتين الحربين، وهدم وتكسير كلّ البنية المدنية الأوروبية أن نقول إنّها كانت نتيجة ذهنية معقولةٍ التفكير، بل هي ذهنية منفلتةٌ لا مطابقة لها للحكمة والعقل السليم.

ثمّ كان أن قاد توازن الرعب بين الخصماء الأوروبيين المتحاربين، أي ما يسمّونهم بـ(الحلفاء) ضدّ دول (المحور) إلى وضع السلاح جانباً، وذلك رضوخاً لتوازن ميزان الرعب، وهو رضوخ دون استعمال آلة الفتاك والتدمير التي أصبحت تمتلكها كافة أطراف الدوليات الأوروبية المتصارعة. وقد قاد وضع هذا السلاح والاتفاقات الناتجة عنه إلى أن اتجهت الدول الأوروبية التي تقاسمت العالم بين قواها الفعالة، فقادت إنجلترا وفرنسا وإسبانيا والبرتغال باقتسام العالم في ما بينهم. فحكمت أوروبا العالم من أقصاه إلى أدناه وذلك بعد أن غزته ثمّ استولت على سلطاته ومقدراته، وذلك باستعماره استعماراً استيطانياً كاملاً. قام هذا الاستعمار بنهب ثروات شعوب العالم وتسخير بعضها في منظومة استعبادٍ لبناء بعض المناطق التي تحتاج للعمالة، فتمّ استرقاق السود في أميركا الشمالية وفي كثيرٍ من المناحي الأوروبية، وذلك مضافاً إلى استعبادهم في بلدانهم كمعظم حال غرب وجنوب إفريقيا إلى منطقة البحيرات وبعض مناطق شرق إفريقيا كرو ديسيما الجنوبيّة وجنوب إفريقيا وتنجانيقا... إلخ.

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

محصلة هذه الترتيبات قد أدّت إلى أن تقوم أوروبا بقيادة العالم في انتظام حضاريٍّ كانت هي تشكّل مركزه، فهو غير مكفولٍ له إلا أن يظل هامشاً لها يمدّها بالمواد الأولية ويستهلك منتجاتها الصناعية. وقد سار هذا النظام بعد ترتيباتٍ أوروبيةٍ دعته للخروج عن مرحلة الاحتلال الاستيطاني إلى مرحلة التحكّم الاقتصادي والسياسي، فوضعت في أعلى تلك المجتمعات المُتحكّم عليها نخبةً هي من أهل البلاد المستعمرة نفسها، لكنّها متحكّمةٌ سلطويّاً وتابعةً للمركز الحضاري الأوروبي كوكيلٍ له في تلك البلاد.

ومع اكتمال النشوء اقتضى واقع حالٍ جديدٍ قامت فيه برجوازيّات العالم الثاني والثالث بوضع شعوبها في خطٍّ سلسلة الالتحاق بما سُميّ بمرحلة (ما بعد الحداثة الأوروبية)، ذلك الذي يعني في مجلمه ارتفاعَ قامة المجتمعات العالم الثاني والثالث إلى مستوى مستهلك لمنتجات العالم الأول، وما يقتضي ذلك من تحديثٍ شكلاً يتوافق مع الانضباط العالمي في منظومة الدولة الوطنية القطرية الصغيرة المتفكّكة المحكومة بنظام عالميٍّ هو نظام الأمم المتحدة ومجلس الأمن الدولي.

وقد أجاد الماسكون بالعالمين الثاني والثالث من اتباع سادتهم، فأمسكوا بأنظمة سياسيةٍ تابعةٍ لمنبعها -أي نسق التمرکز الحضاري- فأجاد سياسيو العالمين الثاني والثالث، وتفوقوا على أنفسهم في إنجاز ما هو موكولٌ لهم،

فساهموا مساهمةً فعالةً في ما يريده ويرضاه العالم الأول الأوروبي من تكسيرِ لأنظمة البنائية لمجتمعات العالمين الثاني والثالث، ومن ثم وأد الثقافة المجتمعية كمصنفٍ أساسٍ لمجتمعات العالمين الثاني والثالث ويخلو منها تماماً اجتماع إنسان العالم الأول.

تأويل ما وراء الخلفيّة التاريχيّة الأوروبيّة:

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

وتسيير موصوفات هذه السردية وهذا النمط على إحلال الداء الأوروبي المقيم، ذاك الذي أفرز مثل هذا النمط وشكّل ما وراء هذه الصيرورة التاريχية، التي تسير على محصلة الذاتية الأوروبيّة الخالية تماماً عن الثقافة كمكوّنٍ مجتمعيٍّ مهمٍّ، ويكون حينها أمر إحلاله سهلاً على بقية العالم.

وللرکون إلى هذه النتيجة ينبغي أن نعرف أنّ العداء الذي يكنّه العالم الأوروبي الأول للثقافة هو داءٌ مقيمٌ يتصل بالأصول التكوينية للاجتماع الأوروبي، فالثقافة بوصفها نظاماً يتضمن هوية أفراد المجتمع الذي يتمون إليه، ويترّصل ببنية تلك المجتمعات التكوينية، بحيث يصير هنالك اتفاقٌ ثقافيٌّ عامٌ على جماع من القيم والعادات والتقاليد والموروثات التي ينبغي أن ينصلح الفرد بانتظامه خلالها، فمصطلح (ثقافة) العربي يعني التعديل والتسوية. ثقَّف قناة الرمح معناه أنّ قناةً معوجةً تمّ ربطها إلى أخرى مستقيمة تسمى (ثقافة) فاستقامت المعوجة تبعاً للأخرى. عليه فهي في المجتمع تعني تسوية وتعديل الفرد ليكون صالحًا للعيش

وسط الجماعة؛ لذلك تميل المجتمعات التي تأخذ بالثقافة كمكونٍ أساسيٍّ تحتيًّا لمجتمعاتها إلى جماعيَّةٍ في تربية الأفراد على نمطٍ متفقٍ عليه مسبقاً بواسطة هذه الجماعة، تمت صياغته خلال تجربَيٍّ أصبح ضمن ثوابت وموروثات تلك المجتمعات، وهذه موروثاتٌ تنضبط غالباً بضمادات كريم العادات والمعتقدات. ولمّا كان نشوء المجتمع 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 النمو والإنبات. والنمو والإنبات هنا لا يفيد تسوية وتعديل الأفراد ولا ترسيتهم الجماعيَّة التي تؤدّي إلى تكوين مجتمعٍ مكونٍ من أفرادٍ ذوي هويَّةٍ مشتركةٍ. فما يقوله منظرو الغرب أنّ مجتمعهم يقوم على ثقافة الفردانية، ومع تحفظنا على إضافة مصطلح (ثقافة) العربيّ الأصل ذي الجذر التأويليّ الذي يخالف الجذر التأويليّ لمصطلح (culture)، فإنّ الفردانية هنا تهزم المصطلح (ثقافة) الذي يقوم على جماعيَّةٍ ظاهريَّة وباطنيةٍ.

فالفقد الثقافي هو عوارٌ بنويٌّ ظاهرٌ يلتصق ببنية المجتمع الأوروبي، ولا أدرى 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 نزوعُ إلى التمرّد الذي ينتاب الفردانية الأوروبية منذ نشأتها الباكرة. ولا يلاحظ في

١. فوكوياما، نهاية التاريخ والإنسان الأخير، ١٥١.

اجتماع الإنسان الأوروبي نشوء بطون وعشائر وأسرٍ ممتدٍ تكون قبائل بالمفهوم الشرقي أوسطي للقبيلة. وأظن أن هذا ينسجم مع هجرة الإنسان الأول، أي إنسان العصر الحجري من أرض كوش، أي أرض النيل العظيم بفرعيه التاريخيَّين سيحون وجیحون، أي النيلين الأبيض والأزرق¹، إلى أرض الجزيرة العربية، ومنها إلى أواسط آسيا عبر باب المندب، ومنها إلى الهند والصين ثم إلى أوروبا عبر جبال القوقاز في هجراتٍ تقول أغلب الدراسات التاريخية إنها كانت لإنسان العصر الحجري الوسيط، وذلك بُعيد ذوبان الجليد في أوروبا قبل عشرة آلاف عام قبل الميلاد. ويسودني يقينٌ بـملاحظة استيطان قبائل اليونان والإيطاليَّين ثم القبائل الجرمانية ثم قبائل الغال، أي فرنسا الحالىة، إضافة إلى بعض القبائل الأخرى (الفايكنغ) و(الأنجلو ساكسونيين) إلى أقصى الشمال، فهذه كلها قبائل متسللةً بسلاط إنسان العصر الحجري الوسيط وجاهزة للدفاع عن حيازاتها الأرضية التي ستحتكر فيها لاحقاً صيد حيواناتها وجمع خيراتها الزراعية. فمجمل سيرة التاريخ الأوروبي ما قبل نشوء الحضارات في هذه المناطق هي سيرٌ أسطوريٌّ لآلهةٍ ذات بعدٍ جسديٍّ أرضيٍّ طاغٍ تتصارع في ما بينها - كالإله (هيركوليز) و(زيوس) والآلهة (أوروبا) نفسها² في الميثولوجيا الإغريقية والرومانية القديمتين - لامتلاك سطوة التحكُّم والسيطرة. ثم لحق بذلك أقدم سير التاريخ الأوروبي كحرب (طروادة) التي لم نتمكن من الاستدلال على موقعها استدلاً آثارياً كاملاً حتى الآن، أو فرسان المائدة المستديرة في أسطورة الأدب الإنجليزي تلك التي لا يملك الآثاريُّون الإنجليز أو الأوروبيون أي إثباتاتٍ تاريخيَّة لكتلتهما (إسبارتا وفرسان المائدة المستديرة)، ولكننا لا نطالب بهذه الإثباتات؛ إذ إنَّه يكفيانا من هذه

1. 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 السلطوي العنيف طبع دولة أثينا بطابعه، فقامت كدولةٍ تستعبد ما حولها من أناسٍ يخدمهم عبيد مخلوبون من إفريقيا وأسيا وأوروبا نفسها، وعلى ذلك سارت الدولة الرومانية تلك التي غزت واستولت على العالم القديم من حوض السندي إلى أقصى مغربه ما قبل بحر المانش. فكلتا الدولتين كانت تقوم على نظام هو أشبه ما يكون بالنظام الظبي، لكنه أكثر إيجالاً بأنه نظام رقٌّ وعبوديّةٍ، أي طبقةٍ علياً للملوك والملاك وطبقةٍ للمملوكين وطبقةٍ نصفيةٍ مساعدة بين هذا وذاك تتكون غالباً من الجنود. يشير هذا كله إلى أنّ تأويل الأصول التاريخية التي نمت وترعرعت عليها المركزية الأوروبيّة التاريخيّة هي أصولٌ لا ثقافية، فذلك موروثٌ ثابتٌ يتمدد فعله في سلوك المركزية الأوروبيّة الذي انتهى بها الأمر إلى استعمارين: قديمٌ إسائيليٌّ، وحديثٌ اقتصاديٌّ وسلطويٌّ. وقد نرى مظاهر شتّى لهذا الأمر الذي يبدو ظاهراً كعوارم في بنية المجتمع الأوروبي بتشكيلاتٍ مختلفةٍ، إذ تميل صياغة مفاهيم الاجتماع الأوروبي إلى تكليسٍ ظاهريٍّ تعتقله هذه الرغبة السلطوية المترافق، وذلك في مقابل وعيٍ متولّدٍ ومتكونٍ في المجتمع الشرقي والشرق الأوسط، الذي وسّع من مواعين مفاهيمه لتحمل شتّى صنوف ثقافته المتعددة المأخذ وكثيرة التشابهات والتمايزات. ولا بدّ أن يميل هذا الاختلاف التكويني في وعيٍ شرق أوسيطٍ ببنية هذا الاجتماع بحكم أنه ملازمٌ لنشأة المجتمع الإنساني في مختلف تجلياته التاريخية، أيًّا كانت درجة اختلاف بنياته الأساسية في مختلف مراحل نموّها التاريخي، سواءً أكان في بداية تخليق المجتمع في شقيه البدوي والمتمتصّ، أم في بعد ذلك في بداية مجتمعه التمدنيّ.

والحديث عن البنية الثقافية هو حديث ذو صنوفٍ شتىٍ، وله مآخذٌ شتىٍ ويسفر كذلك عن نتائجٍ شتىٍ، كلّها تنصب في مختلف تجلّيات الثقافة وعلى مختلف تجلّياتها، وتوخذ اللغة، لا بوصفها لغة خطابٍ وحسب، إنّما بوصفها حاملاً لمختلف هذه التجلّيات الثقافية في ظرفيتها كحِيز حامل، وممصدرٌ متجّ لهذه المفاهيم. ولا يفارق هذه النقطة إلّا بعد أن نوضح أن تجلّيات الثقافة في المجتمع الشرقي أو سطّي أكثر ما تبيّن في تعدد معانيها، تبعاً لعدّ مآخذ مصطلحاتها التي تعبّر عن واقع حالٍ ثقافيٍ متّوّعٍ.

فالمصطلح (إنسان)، يأتي بعده مصطلح ثانٍ متّخارجٍ عنه يسمّى (الناس)، ثم مصطلحٌ تالٍ لذلك ويسمّى (البرية)، ثم مصطلحٌ رابعٌ يسمى (البشر)، فنرى في ذلك التعدّد أنه يأتي لا من باب غنى التنوّع اللفظيٍّ وحسب، بل من مفاصيلٍ ثقافيةٍ بعينها لبنيّة تطوّر الإنسان، بحيث يأخذ كلّ مصطلح من هذه المصطلحات حقّه في تبيين مفاصيلٍ واضحةٍ ما بين الإنسان، كبعدٍ أولٍ وخامٍ، والناس كوجود تالٍ يختلف من حيث بنائهم التكوينيّة التاريخيّة، ثم البرية كأناسٍ يعدّون إعداداً خاصّاً، ثم أخيراً البشر كبنيّة أكثر تطوّراً لا يرتفق إليها الإنسان إلّا بعد مروره على مرحلة (الأنّاسة) ومرحلة (البرية).

وما لا شكّ فيه هو أنّ هنالك حكمًا كبيرًا للغة والثقافة العربيّتين، ترتفق إليه هاتان الصيغتان، فلا يفارقهما إلّا وقد أحكم ووضّب ما استحكم فيه منهما. هذا الحكم هو القرآن الكريم ذلك الذي هو حكمٌ عربيٌّ زيادةً على أنه معجمٌ للمصطلح العربيّ معنىًّا ومفهوماً. فإذا قايسنا على هذا الحكم مصطلحاتنا الأربعية التي ذكرناها آنفاً، لاستأنسنا بسلم التطور التاريخيّ الذي يبني عليه القرآن الكريم مصطلح الإنسان، والذي هو عنده مذمومٌ بحسب أوليّته، وما يتمثّل في هذه الأوليّة من قيمةٍ يأخذها من ماضي حياته كحيوانٍ إلى مستقبلها الذي يتّصل

بالأناسة ثم البرية ثم بالبشر، فالإنسانية محاكوم عليها قرآنًا بوصفها حالةً تراوح ما بين الحيوانية والبشرية؛ لذلك هو مذموم دائمًا بحسب حمله بالشّق الحيواني، فانظر لقوله جلّ وعلا: ﴿قُتِلَ الْإِنْسَنُ مَا أَكْفَرَهُ﴾ [عبس، ١٧] أو قوله: ﴿إِنَّ الْإِنْسَنَ لِرَبِّهِ لَكَنُودٌ﴾ [العاديات، ٦] أو قوله: ﴿إِنَّ الْإِنْسَنَ لَفِي خُسْرٍ﴾ [العصر، ٢].

وهذا يختلف من مقام الأناسة الأرفع، انظر إلى قوله تعالى على لسان ابن مريم ﷺ: ﴿أَنَّتِ قُلْتَ لِلنَّاسِ اتَّخِذُونِي وَأُمَّيِّنِ الْأَمْيَنِ مِنْ دُونِ اللَّهِ﴾ [المائدة، ١١٦] أو قوله جلّ وعلا: ﴿وَأَدِينُ فِي النَّاسِ بِالْحَجَّ يَأْتُوكُرِجَالًا وَعَلَى كُلِّ صَامِرٍ يَأْتِيَنَّ مِنْ كُلِّ فَجَّ عَمِيقٍ﴾ [الحج، ٢٧]. فحيث يتضح أمامنا أنّ الناس هم أرقى في سلم التطور التاريخي من الإنسان، إذ إنّهم على أقلّه يفرون ما بين الحقّ والباطل. ثم انظر إلى قوله جلّ وعلا: ﴿إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَالْمُشْرِكِينَ فِي نَارِ جَهَنَّمَ خَلِيلِينَ فِيهَا أُولَئِكَ هُمْ شَرُّ الْبَرِّيَّةِ﴾ [البيّنة، ٦] وقوله كذلك: ﴿إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِّيَّةِ﴾ [البيّنة، ٧] فانقسم الناس حينها في هذه المرحلة بين المؤمنين والكافرين.

ثم انظر لقوله جلّ وعلا: ﴿مَا كَانَ لِبَشَرٍ أَنْ يُوَقِّيَ اللَّهُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَتُّوَلَّ لِلنَّاسِ كُوُّنُوا عِبَادًا لِّيَ مِنْ دُونِ اللَّهِ﴾ [آل عمران، ٧٩]، أو قوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُوحَى إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَّهُكُمْ إِلَهٌ وَاحِدٌ﴾ [الكهف، ١١٠]. ثم نتبين أنّ البشر هم في قمة هذا التصنيف بامتلاكهم للكتاب والحكم وارتفاقهم بخاصية الأنبياء من الوحي. ونستأنس بهذا الحكم القرآني، فيدلّنا إلى تصنّيف هذه المصطلحية في الثقافة العربية إلى ترتيب متسلّم للتطور الإنساني الأناسي البشريّ.

نحمل هذه الملاحظة التي استأنسنا بها في اللغة والثقافة العربيّتين، فنضعها في موقف مقارنة مع مقومات الاجتماع الأوروبيّ، فنلاحظ أنّ خلوّ الثاني عن الثقافة يحمل هذه المقارنة إلى تقرير خلوّ اللغة الأوروبيّة من مثل هذا الارتفاق في بنية إنسانها. فالإنسان كقيمةٍ أولى في اللغة والثقافة العربية يقابلها لفظ (human been).

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

عندما نعود مرة أخرى إلى بنية الثقافات المفارقة تماماً لأسّ التمركز الحضاري، نلاحظ أنّ مصطلحات (برية)، (بشر)، (الناس) التي هي بلا مقابل في اللغات الأوروبية، فذلك يحمل مميزاتٍ ثقافية تفتقد لها اللغات الأوروبية تماماً ثم المآلات المستقبلية للإنسان الأوروبي.

ومثلُ آخرٍ للتمايز الثقافي العربي: نلاحظ وجود فروقاتٍ في بنية التطور العشائري القبلي لقبائل (البقارة) في السودان كتكويناتٍ قبليّة تعمل في رعي الماشية. نأخذ ذلك كمقارنة لظاهرة (الكاوبوي) في أميركا الشمالية الذي يعمل هو نفسه في رعي الماشية. فالفرق ما بين البنيتين فرقٌ ظاهرٌ ما بين بنى التعايش والثقافي المجتمعي وبين استفحال ظاهرة التفرد المصاحب للعنف والسيطرة والسيطرة والتحكم الظاهر في بنية (الكاوبوي).

نتائج تأويل ظاهراتيّة بنية الاجتماع الأوروبي ومالات الثورة الرقميّة والحال هذه، فلا بد أن تكون بنية الاجتماع الأوروبي مصفوفةً خلف السمات العامة للشخصيّة الأوروبيّة التي تميّل إلى التفرد وحب السيطرة والتحكم؛ لذا فقد كانت أبسط مظاهر الشخصيّة هو تحقيق أكبر قدر من الفاعليّة التي تنعجم فيها الشخصيّة لتحول تأويلاً إلى سماتٍ اجتماعية، فتصير الفاعليّة الاجتماعيّة هي

الميزة التي تصاحب الاجتماع الذي بات لا يهمّه همّاً مباشراً اصطفافه الحضاريّ. ولما كان الثقافیّ يميل أفراده في جانب إنتاجهم المادّي لتلبية حاجاتهم المجتمعية، فإنّ فاعليّتهم تصبح مقيّدةً بقيودٍ ثقافيةً ثقيلةً حتّى لا يصير هنالك فائض إنتاج يزيد عن حاجة تلك المجتمعات. لذا فقد كان إنتاج تلك المجتمعات ذات البنية الثقافية هو إنتاج كفاية، في حين أنّ إنتاج المجتمعات ذات التمرکز الحضاريّ يتّصل بالتجارة التي تتّصل بتنمية رأس المال الذي بدوره يتّصل اتصالاً مباشراً بفائض الإنتاج، ولو ما يزنا بنظرة تأويليةٍ ما بين بنية المجتمع ذي الأصول الثقافية وما بين بنية الاجتماع ذي التمرکز الحضاريّ، لرأينا كلّ السمات التي تتّصل بالفئة الأولى هي سمات كفاية وضروريات، في حين أنها في الحالة الثانية سماتُ إنتاجٍ وتراكمٍ واحتکارٍ...إلخ.

لذا فقد صارت مأخذ الاجتماع الأوروبيّ وكافة مناولاته هي مناولاتٌ تتأرجح ما بين الفائدة المادّية المباشرة والمصالح ذات السمات التجارية، فالعالم كله إمّا سوقٌ لتصریف إنتاج العالم الأول أو مورّدُ خامات للصناعة للعالم نفسه، وتلك المنظومة التي تصبح بصبغتها كلّ المناولات الاجتماعية حتّى العلم، بصفته يرتبط بالتجربة البشرية ويصیر إنتاجاً لا يصلح إلّا باستخدامه في رفع وتيرة المناولات التجارية المختلفة. فإذا كان العلم نفسه قد وضع كمثالٍ ما بين الفتىين الثقافية والحضاريّة، فإنّ اتصاله ببنية الثقافة قد يحصره في مجال إنتاج المفاهيم، إذ تتحقّق به الكفاية التي تتجه بها هذه الفئة، أمّا عند الثانية فلا بدّ له أن يصیر سلعةً، فت تكون تطبيقاته هي جواز مروره وصلاحيته حتّى يصیر إلى إنتاج ذي مردودٍ تجاريٌّ واضح. وقد ييدو أنّ الخلل المنهجي قد يتّصل بالفصيلتين، لكن اتصاله بالفصيلة الأولى لا يلقي عليه بظلالٍ كثيفة إلّا عبر جهل الفصيلة الأولى به فقط. أمّا الخلل المنهجي في الفصيلة الثانية ذات التمرکز الحضاريّ، فهو خللٌ مرکبٌ؛

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

وإذا خرجنا من هذه النظرة التأويلية لاستنتاج مفهوم عام، فإننا نلاحظ أنّ الداء الأوروبي القديم - بإحلال الذاتية بدلاً عن الموضوعية - لا يختص بالعلم فقط، بل صار هو نفسه قيمة ظاهراتية تتصل بالبنية التكوينية للمجتمع الأوروبي. فقد قام العالم الأول كدأبه في تحويل كلّ ما تمسّه يده إلى قيمة تجارية باستعمال كثير من السمات الثقافية التي تتسم بها المجتمعات التي دانت لسيطرة، ما كان يؤخذ به كتنوع يميّز إنسان هذا العالم، كالازياط مثلاً ذات القيمة الثقافية الظاهرة التي كانت تتصف بها أي فئة من فئات المجتمعات الإنسانية كسمة تميّزها بها. إلا أنّه بدخول الصناعة تحول الأزياء إلى نمطٍ واحدٍ تفرزه اتجاهاتٌ تعتمد على القيمة التسويقية، أي التجارية، حتى تم تهديد سمات التنوع الثقافي للأزياء في عالمنا المعاصر التي أصبحت مهدّدة بالتحول إلى نمطٍ أحاديّ الجانب.

ويمكّنا أن نأخذ كنتائج شبيهة لذلك، أنّ محصلة المناولات الأوروبية لعالمنا المعاصر كلّها ترمّسها أوروبا في حوض ممّيزات اجتماعها، وهو في غالبه حوض آسنْ بفعل المصالح الذاتية، فالتقاليد الثقافية والعلوم إذا أخذت كمناولاتٍ أوروبية، فهي تُرى في مجموعها حاملةً لجرثومة الخاصّ الأوروبي، فإذا كان الحال كذلك بما يميّز ممّيزات 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 سؤال آخر: أتمتلك الثورة الرقمية - إذا ما كان التحكّم عليها يتمّ بواسطة المنظومة الأوروبية - ما يمكنها من التخارج من إشكاليّات ذاتيّات التمركز الحضاري الأوروبي للعالم الأول؟!

وقد يكون من يجيب بداعه أن الثورة الرقمية في ذاتها بدأت عبر مرحلة وسائل الاتصال الرقمي، وذلك باهتمام أولي للسيطرة والتحكم. هنا يبرز سؤال آخر أكثر أهمية: أتتيح الثورة الرقمية ما يؤدي إلى تأكيد وتأييد سمات الذاتية الأوروبية؟ أي هل تمكن الثورة الرقمية لسيطرة العالم الأول على العالمين الثاني والثالث أن تكون أكثر مضاءً وفاعلية؟

وقد لا أستطيع أن أجيب بلا؛ ذلك أن التطبيع في واقع الحال لا يسبق الطابع الأصيل بقدر ما ينبع بصفته. مع ذلك فإن الإجابة بنعم قد تظل برأسها من بين براثن السيطرة والتحكم، إذ إن المجتمع قد يكون حياً يطالب الاجتماع الأوروبي بالالتفات إلى مصرعه، إذ إن المجتمع الأوروبي الذي وقع صریعاً بعد طحن الثقافة تحت براثن مخالب السيطرة والتحكم للمركز الحضاري فإن بقایا روح تظل منه، تقول كما تقول الثورة الفرنسية وکومونة باريس لطبقة النبلاء الأوروبيين المتحكم والمتسيطرة: «لقد طعنتم المجتمع طعنة نجلاء وألقيتموه صریعاً يغاب الموت بعد أن انتزعتم روحه الثقافية فحوّلتموه إلى اجتماع ذي تمركز حضاري». واليوم قد يُرى في إطلاع «ظاهرة السترات الصفراء» بقایا حیاً لمجتمع لم يتم دفنه بالكامل، بل هو يعيش فقط في غيوبه. عليه فهذه الدراسة الصغيرة تقترح أن المجتمع صریع في أوروبا، بحكم النخبة المسيطرة منذ أثينا وروما إلى دولة الاستعمار والإمبريالية الرأسمالية الأوروبية الحالية، وتقترح هذه الدراسة أيضاً أنه ربما تكون هنالك فرصة مواتية للمجتمع في أوروبا أن ينهض، فيزيل قيود الدولة وقيود الاجتماع الأوروبي، فيتحرر منها، وبالتالي قد يتحرر العالم من منظومة السيطرة والتحكم للعالم الأول، وربما تكون الثورة الرقمية بما تعطيه لآفاق سيطرة غير مباشرة إلى انحلال قيود سيطرة وتحكم العالم الأول. ويمكن أن يُرى أيضاً في العالم الأول ثورة لا يمكن أن نسمّيها غير ثورة

المجتمع على الدولة المُتحكّمة في مقدّراته والتي لم يفهم عالمنا الثاني والثالث إلى الآن أنها دولةٌ وُضعت عليه بفعلٍ فاعلٍ. وما يجدر ملاحظته هو أنّ من وسائلِ اتصال ثورة المجتمع الحالية في العالمين الثاني والثالث والتي ما يسمّى جزءاً منها بالربيع العربيّ تستعمل أجهزة اتصال رقميّة كآلية نشرٍ لأدب هذه الثورة وموّجاتها، فتستعمل على ما قُصد به التحكم والسيطرة عليها كآلية لفرضِ موجبات التحكّم والسيطرة هذه.

خلاصة الأمر أنّه على الرغم من أنّ مستقبل الثورة الرقميّة في أوروبا مستقبلٌ قاتمٌ في غالبه، إلّا أنّه مستقبلٌ قد ينبعث من قاتمته هذه ضوءٌ خافتٌ بعيدٌ لموجبات كسر أغلال سيطرة التحكّم 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 للتزييل الحكيم، المنهج والمصطلحات، د.ت.
٤. الطيب، متصر، 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 م الواقع وسائل التواصل

سعد عبد السلام^١

مقدمة

تناول هذه الدراسة وجهاً استثنائياً مستحدثاً للحياة المعاصرة، وللحياة الغربية على نحو الخصوص. يعني بذلك الكيفية التي استُخدمت فيها الميديا في إعادة إنتاج قيم الكراهية والحدُر من الآخر، وتحديداً الآخر المتمم إلى العالم الإسلامي. ويتوصل الباحث هنا إلى استنتاجات في غاية الخطورة، وهو تحول الكراهية ونبذ الآخر إلى نمط حياة راسخ في البنية المجتمعية والحضارية في الغرب.

يجتاز جميع دول العالم اليوم ما اصطلح عليه «عولمة القيم عبر الواقع وسائل التواصل»، حيث تشهد المجتمعات انتشاراً واسعاً لهذه الظاهرة، وتواجه الدول مستويات معقدة من ألوان العولمة التي لا تستهدف الأفراد فقط، بل والجماعات والدول أيضاً، وتظهر عولمة القيم في صورة مضائقات وتهديدات بأوجه متعددة، منها ما هو سياسي وديني واجتماعي وثقافي ...، ومن ثمّ تنوّعت جرائم الكراهية، ما بين ممارسة العنف ضد 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 نص أو ملصق أو أغنية أو فيلم، أو أي إنتاج آخر ينطوي على عناصر مهينة وتهديدية؛ وذلك للحاق الأذى بالفئة المستهدفة ومضايقتها وترهيبها، وتهميشهما والحطّ من كرامتها، وإذلالها واستغلالها لترسيخ فكرة عدم الاتكاث بها؛ فتظهر الكراهية في الشعارات والموافق التي تكون المصدر الرئيس لنشر ثقافة الكراهية غالباً؛ لذا تصاعد هذا الخطاب في دول العالم كافة، وهو يحتاج إلى رؤية بعيدة عن المثالية لمواجهته ولتشييـت أـسس خطاب التسامح، وقبول الآخر دون مثالـية بعيدة عن الواقع، فهل يـريد الغـرب لنا أن نحصل على حقوق وحرـيات؟ قد يكون الظـاهر نـعم، ولكن الحـقيقة خـلاف ذلك، والـواقع أنـ أحد أـخطر أدـوات نـشر الكـراهـية، يـكـمنـ فيـ نـشـرـ الأـكـاذـيبـ وـالـافـتـراءـاتـ وـالـتـلـبـيـسـاتـ، وـالـتـلـاعـبـ بـالـعـقـولـ وـتـزـوـيرـ الـحـقـائـقـ، وـتـزـيـيفـ التـارـيخـ، حيثـ بـاتـ هـذـاـ الـأـمـرـ صـنـاعـةـ ضـخـمـةـ تـنـفـقـ فيـ سـبـيلـهاـ المـلـيـارـاتـ منـ الدـوـلـاـرـاتـ؛ لـيـسـ لـاستـهـادـ الدـوـلـ وـالـشـعـوبـ وـالـأـمـمـ فـقـطـ، بلـ لـإـشـعالـ الـحـرـوبـ وـالـصـرـاعـاتـ وـالـفـتـنـ لـمـصـلـحـةـ جـمـاعـاتـ ضـغـطـ، وـشـرـكـاتـ عـابـرـةـ لـلـقـارـاتـ وـغـيرـ ذـلـكـ، وـهـذـهـ الـمـمـارـسـاتـ لـاـ تـقـتـصـرـ عـلـىـ مـنـطـقـةـ جـغـرـافـيـةـ بـعـيـنـهـاـ، وـلـاـ تـسـتـهـدـفـ فـتـةـ بـعـيـنـهـاـ، وـيـكـفـيـ الإـشـارـةـ إـلـىـ مـاـ تـرـوـّجـهـ وـسـائـلـ الـإـعـلـامـ الـغـرـبـيـةـ عـالـمـيـاـ لـلـمـجـتمـعـاتـ الـغـرـبـيـةـ لـتـحـقـيقـ أـهـدـافـ سـيـاسـيـةـ أـوـ دـيـنـيـةـ أـوـ ذـاتـيـةـ أـوـ غـيرـهـاـ...ـ وـمـنـ ثـمـةـ إـنـهـاـ تـؤـلـبـ وـتـحـرـضـ، وـتـدـعـوـ إـلـىـ التـميـزـ.

فـمـوـاقـعـ وـسـائـلـ التـوـاـصـلـ لـاـ تـلـعـنـ عـنـ هـوـيـتـهـاـ الـحـقـيـقـيـةـ لـعـمـومـ النـاسـ؛ـ لـأـنـهـ تـابـعـةـ لـمـنـظـوـمـةـ الـحـقـوقـ وـالـحـرـيـاتـ الـغـرـبـيـةـ،ـ وـالـتـيـ تـسـتـقـيـ فـلـسـفـتـهـاـ مـنـ عـدـمـ وـجـودـ مـيـثـاقـ أـخـلـاقـيـ ثـابـتـ تـتـوـقـفـ عـنـهـ،ـ بـلـ يـمـكـنـ تـغـيـرـهـ وـاسـتـبـدـالـهـ فـيـ أـيـ وـقـتـ تـشـاءـ؛ـ لـأـنــ هـذـاـ مـيـثـاقـ يـخـضـعـ لـآـرـاءـ النـاسـ وـلـيـسـ لـأـمـرـ سـماـوـيـ،ـ تـحـتـ مـاـ يـسـمـىـ بـحـقـوقـ الـإـنـسـانـ وـحـرـيـاتـهـ،ـ بـلـ إـنـهـاـ تـوـاـصـلـ مـعـ الـمـنـظـمـاتـ الـدـوـلـيـةـ الـمـدـعـوـةـ سـيـاسـيـاـ مـنـ

بعض الدول الغربية، وفي الحقيقة فإنَّ أغلب موقع وسائل التواصل هي أذرع غير حكومية للمنظومة الفكرية الدولية والتي تَتَّخَذُ من «الإعلان العالمي لحقوق الإنسان» وسيلة لابتزاز الدول الإسلامية لتعزيز معايير هويتها وتوطين الفكر الغربي داخلها، فهي تدعو إلى الحرِّيات التي تفكك المجتمع من داخله وخلخلة الاعتقاد الديني لأفراده، بدعوى حرِّية التعبير وحرِّية الاعتقاد، وتدعو إلى تفكيك النسيج الاجتماعي، حيث تَتَّخَذُ من حقوق المرأة وسيلة لإبراز الجانب السلبي ولاقتراح حلول مثل: تمرِّدية المرأة لتقودها إلى السير بعيداً جدًّا عن هويتها بدعوى الفرار من التسلُّط الذكوري عليها، وبدعوى التمييز أو المساواة.

ومن ثَمَّة تسعى هذه المواقع بكل قوَّة إلى أن تؤسِّس لانتشار أفكارها التغريبية مثل: إلغاء نظام ولادة الأب على البنت، وإلغاء حق القوامة للرجل واستبداله بحق المساواة، والطعن في أي مبدأ ديني أو عرفي خاص بتميز الرجل عن المرأة، مثل الطعن في أنَّ للذكر مثل حظ الأنثيين، بحجَّة أنَّ هذا مخالف للمساواة، وفي أنَّ شهادة المرأة عند القاضي على النصف من شهادة الرجل، وأن تكون العصمة بيد الرجل، وغير ذلك من المسائل الشرعية، فجعلوا الإعلان العالمي للأرضي لحقوق الإنسان فوق نصوص القرآن والشريعة الإلهية؛ لذلك نجد أنَّ لهذه المواقع عداءً واضحاً مع هويتنا الإسلامية؛ لأنَّها تعارض بوضوح حرِّية الكفر، وحرِّية الجنس، وحرِّية التغيير في خلق الله، وحرِّية الزنا بالتراضي، وحرِّية اللواط والسحاق -الشذوذ-، وحرِّية سب الإله وسب الرسل، وسائر أنواع الحرِّيات التي تعارض أصلًا وفصلاً شريعة الله؛ وعلى رأسها رسالة الإسلام. فمن الذي يدافع عن حرِّية الإلحاد؟ ومن ذا الذي يدافع عن حرِّية التعبير بالطعن في الإله سواء عن طريق الرواية أو الشعر أو غير ذلك؟ ولم تنص المادة ١٨ من الإعلان العالمي على أنَّ لكلَّ شخص حقَّ في حرِّية الفكر والوجدان والدين، ويشمل

هذا الحق حُرّيته في تغيير دينه، وحرّيته في إظهار دينه أو معتقده بالتبُّعد وإقامة الشعائر والممارسة والتعليم، إلّا مع الحجاب وشعائر الإسلام! ومن الذي يدافع عن حرّية الالاتي يُظهرن مفاتنهنّ ودقيق عوراتهن بدعوى أنهنّ يتعرّضن للتنمّر؟ ومن الذي يدافع عن حرّية البنت في الزواج دون ولّي؟ ومن الذي يشجّع على حرّية الجنس؟ ويدعم حق الذكر وليس الرجل في إقامة علاقة جنسية مع ذكرٍ مثله «اللواط»، ويدعم حق المرأة في إقامة علاقة جنسية مع امرأة أخرى «السحاق». يدعم الإعلان العالمي لحقوق الإنسان اختيار الرجل أو المرأة في إقامة علاقات جنسية خارج إطار الزواج - الزنا - طالما كان بالتراصي! ويدعم حق الرجل والمرأة في إقامة علاقات جنسية مع الحيوانات!! ويستنكر من تعدد الزوجات في الحلال، بل يدعم حق الأزواج والزوجات في إقامة حفلات للجنس الجماعي تحت مسمى تبادل الزوجات طالما كان ذلك بالتراصي، فهذا من الحقوق والحرّيات!! ومن العجيب أن المادّة الأخيرة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان مقاومة لحق التعبير المخالف لها، بل وفيها من الصلف والغرور والعنجهيّة والكُبُر، ما يجعل هذه الوثيقة وَكَانَ لها قدسيّة لم تحصل عليها رسالة السماء، ولها من النفاد ما ليس للأنبياء! ولمزيد من البيان، لو أعلن مجموعة من الشباب، ذكوراً وإناثاً أنهم بقصد عمل مسيرة للشوّاذ أو مؤتمر للإعلان عن وجودهم الرسمي، وأنّهم قدّموا طلباً لوزارة الداخلية، فإنّ هذه المنظمات ستسعى جاهدة وبكل قوّة للضغط على النظام بدعم دوليّ لكي تُقام هذه المسيرة أو هذا المؤتمر.

وتزداد وتيرة الهجوم على المنظومة الدينية وَكَانَها الوحيدة التي أدّت إلى انسداد الأفق بالنسبة للأوضاع السياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة! وإنّما هو تبعيّة للغرب، ليصير مجتمعنا مفكّكاً يكثُر فيه الإلحاد، ثم يُدعم فيه الشذوذ

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

فلقد استبعدت أمتنا من قبل المؤسسات الغربية الحديثة؛ وقد حان الوقت للتخلص من مفاهيم الغرب السحرية، وخاصة وسائل إعلامه، والعمل على استبدالها بمفاهيمنا الخاصة، مع وجوب أن نعيد المعانى الحقيقية للمفاهيم التي قام الغرب بتفريغ مضمونها وأليسها هوئه الخاصة، وأن تكون بوسائل إعلامنا نحن؛ بل إنه يهدف إلى تفتيت بنية المجتمعات، ويتسرب في شتى الأزمات السياسية والاجتماعية وغيرها؛ ولطالما استخدم لتحقيق مكاسب شتى في الحياة العامة، فوجه ضد أقليات أو مهاجرين أو لاجئين أو ما يسمى الآخر؛ وإن نتائج ذلك وخيمة على الجميع، وهي الأخطر؛ لأن أثراها يظهر سريعاً، فهي تبدأ بانسحاب أبناء الجماعة المستهدفة من الحياة العامة، والتوقف 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 إنّهم قد يتحولون تدريجياً إلى عناصر خطر حقيقة تهدّد الجميع بلا استثناء؛ لذا كان من اللازم التصدي لخطاب الكراهية والتحريض بكافة أشكاله للدفاع عن مستقبل البشرية جميعها، إنّها معركة أخلاقية بامتياز؛ ومن ثمة تهدف هذه الدراسة إلى التفتيش والتقميش عن ازدواجية معايير الغرب في عولمة قيمه عبر موقع وسائل التواصل الاجتماعي؛ لذلك كان علينا أن نلقي بعض الضوء على بعض مواقع وسائل التواصل، والنظر في ما تسعى بكل قوة لتوطينه داخل مجتمعاتنا وتعليمينا وثقافتنا. وسألنا مثلاً ونموذجاً وحيداً، وهو موضوع طالما روجت له موقع التواصل ووسائل الإعلام

الغربيّة إِنَّه: «خطاب الكراهية»؛ بُغية الكشف عن جذوره ونتائجها، وفق منهج تاريخيٍّ تحليليٍّ نقيديٍّ، يرصد علَّة هذه الظاهرة وأبعادها؛ كما أَنَّنا تناولنا لهذا الموضوع ينبع من طرح تساؤلات مثل: ما خطاب الكراهية وكيف يحرّض على العنف؟ ومتى يمكن اعتبار خطابٍ ما داخلًا ضمن عولمة القيم عبر م الواقع وسائل التواصل؟ وما مخاطر هذا الانتشار على المجتمعات؟ وما سبل مواجهته؟

خطاب الكراهية بلغة القانون العولمي

على الرغم من أَنَّ موضوع خطاب الكراهية قد حظي باهتمام كبير من الناحية القانونية، إِلَّا أَنَّ هذا الاهتمام انحصر في تقديم الحجج وتقويمها بشكل نقيديٍّ، لدحض مبررات خطاب الكراهية، بدلاً من المهمة المتمثلة في تحليل المصطلح نفسه؛ ويبدو أَنَّ الوصول إلى تعريف شامل لما يسمّى: خطاب الكراهية ظلَّ أمراً صعباً ومعقداً، نظراً لاشتمال هذه الظاهرة على مفاهيم متشعبة في الموثائق الدوليَّة، فهذا المصطلح لم يتم تناوله صراحةً في المواثيق الدوليَّة إِلَّا من باب محاولات حظر أشكاله وذكر مبرراته، ولتعريفه وضبط مفهومه كان لا بدَّ من العودة إلى النصوص القانونية والاصطلاحية. والحقيقة هي أَنَّ خطاب الكراهية مصطلح حقوقِيٌّ فضفاض، يُعرَّف على أَنَّه: «أنماط مختلفة من أنماط التعبير العام التي تنشر الكراهية أو التمييز أو العداوة، أو تحرّض عليها وتروج لها أو تبرّرها، ضدّ شخص أو مجموعة ما، أو نشر الدعوة إلى الكراهية والتمييز والتحيز، أو العنف والعدوانية ضدّ حاملي صفات معينة، مثل: العِرق أو الدين أو الإعاقة أو الرأي السياسي أو اللون أو النَّسَب أو الجنس، أو أيّ عامل هويَّة آخر؛ كما تدرج تحت مسمى هذا الخطاب، كُلَّ العبارات المؤيَّدة للتحريض على الضرر. فكُلَّ خطابٍ عَبَّر عن مواقف متحيَّزة تمييزية اتجاه جنس أو عرق أو دين أو إثنية

أو إعاقة أو نحوها... فهو خطاب كراهية، فخطاب الكراهية خطاب استعلائيٌ هجوميٌّ، الهدف من نشره التأصيل لممارسات تمييزية في منطقة أو مجتمع ما، مثل قرية أو مدرسة... وقد تتسع لتشمل شعوباً أو أعرافاً، أو عقيدة دينية أو دولة أو ثقافة ما. ويكون خطاب الكراهية أداة لتحفيز المشاعر وإثارتها دائمًا، وتعبيتها في اتجاه معين، فيصبح تحريريًّا وحاشداً بما ينشئ سلوكاً وثقافة للانتهاك ممّن واجهه ضدّهم الخطاب، وهنا تكمن خطورة خطاب الكراهية، خاصةً إذا وجدت منابر إعلامية أو بيئة تواصلٍ خصبةٍ، تروج له وتزيد من انتشاره؛ لذلك انتشرت في الآونة الأخيرة مصطلحات، لم تكن موجودة من قبل مثل: الإسلاموفوبيا¹ ورهاب الأجانب² ورهاب الإلحاد³ وغيرها...

وممّا تقدّم يبدو أنّ تعريف خطاب الكراهية ليس معقداً فحسب، بل إنّه مثير للجدل أيضًا، نظرًا لاستخدام مصطلحات متحيزة، مثل العرق واللون والفئة والدين... وهذا التعريف المنسوخ، عليه مأخذ عدّة منها: مطاطيةً كلماته بما يتبع للتفسيرات المختلفة والمتناقضة أن تضيق و تتّسع، بحسب تقدير كلّ فئة وكلّ حكومة وكلّ جماعة؛ ومع عدم توافر تعريف قانونيّ دقيق لـ «خطاب الكراهية»، فقد برزت في هذا السياق، إشكالية تتعلق بالمعطيات التي تجعل من خطاب الكراهية جريمةً يعاقب عليها القانون؛ خاصةً في ظلّ تداخله مع مصطلحات أخرى، مثل: حرّية الرأي والتعبير... فهل ثمة قوانين واضحة وصريحة 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 والحرّيات 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 بالحرّية والسلامة؛ أمّا بالنسبة للمادة: ٧ فقد أكد الإعلان على أن كلّ الناس سواسية أمام القانون، ولهم الحق في التمتع بحماية متكافئة، دون أي تفرقة، وأن لهم جميعاً الحق في حماية متساوية، ضدّ أي تمييز يخلّ بهذا الإعلان. وجاء في نصّ المادة: ١٩ من العهد الدولي للحقوق السياسية والمدنية، ضبط لما شملته حرّية التعبير، على أن أي دعوة إلى الكراهية القومية والعرقية والدينية... تشكّل 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 دعوة للحرب.
٢. تحظر بالقانون أي دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية، أو الدينية تشكّل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف.
٣. تتبع ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة: ٢ واجبات ومسؤوليات

خاصة، وعلى ذلك يجوز إخضاعها لبعض القيود شريطة أن تكون محددة بنص القانون، وأن تكون ضرورية، أو لا لاحترام حقوق الآخرين وسمعتهم، وثانياً: لحماية الأمن القومي أو النظام العام، أو الصحة العامة أو الآداب العامة، وعلاوة على ذلك، ميّزت هذه الاتفاقية بين التمييز العنصري^١ وبين خطاب الكراهية العنصرية^٢؛ إذ يُعرّف هذا الأخير على أنه نشر أفكار التفوق العنصري أو تبرير العنصرية، أو الدّعوة إلى الكراهية العنصرية أو التمييز العنصري. كما تعتبر خطاب الكراهية انتهاكاً حقيقياً لحرّية التّعبير^٣.

ووفقاً للاتفاقية الدوليّة للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، فإنّ كلّ نشر للأفكار القائمة على التفوق العنصري أو الكراهية العنصرية، وكلّ تحريض على العنصرية، وكلّ عمل من أعمال العنف، أو تحريض على هذه الأعمال، يُرتكب ضدّ أيّ عرق أو جماعة من لون أو غيره... وكلّ مساعدة لأنشطة عنصرية بما في ذلك تمويلها، يعتبر جريمة يعاقب عليها القانون. وقد قامت المفوّضية السامية للأمم المتّحدة لشؤون اللاجئين بتمويل مؤتمرات لمناقشة مدى انطباق حرّية التعبير على فضاء الإنترنّت، بعرض مكافحة كلّ أشكال التحiz العنصري طبقاً للقانون الجنائي الدولي. وشاركت غوغل ومايكروسوفت وفيسبوك وتويتر في مدونة السلوك، حيث التزمت جميعها بمراجعة المحتوى المنشور والإشعارات والخدمات المعروضة عبر صفحاتها و مواقعها، إن كانت تتضمّن خطاب كراهية.

ويمكن تقسيم تشريعات وأنظمة خطاب الكراهية إلى نوعين، الأول: وضع

1. Racial discrimination

2. Racial hâte speech

3. العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، وثائق الأمم المتّحدة.

بهدف حفظ النظام العام، والنوع الثاني: وضع لأجل حماية الكرامة الإنسانية؛ ففي أوروبا مثلاً قام مجلس أوروبا بدعم حركة: «لأخطاب الكراهية»، التي تعمل بنشاطٍ على زيادة الوعي اتجاه خطاب الكراهية من أجل المساعدة في مكافحة هذه المشكلة، حيث عدَّ التعصب ضدَّ المسلمين في ألمانيا من التحرير على الكراهية، وصنف على أنه جريمة يُعاقب عليها القانون الجنائي الألماني، حيث يُجرِّم التحرير على الكراهية ضدَّ مجموعاتٍ معينة أو إهانتهم أو الافتراء عليهم؛ في حين أنَّ المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، تحظر القوانين الجنائية ضدَّ المراجعات التاريخية كنكران أو تقليل من شأن الإيادات الجماعية أو الجرائم ضدَّ الإنسانية؛ لكنَّ المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان لا تقدِّم تعريفاً مقبولاً لـ«خطاب الكراهية»، لكنَّها تقدِّم فقط مُحدَّداتٍ يمكن للنائب العام من خلالها، أن يقرَّر إمكانية اعتبار «خطاب الكراهية» حريَّة تعبير أم لا.

وعلى سبيل المثال، تلك التوصية التي أوردها مجلس أوروبا للمفوضية السامية لحقوق الإنسان، بشأن تعريفها لخطابات الكراهية، بأنَّها تشمل جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تحرِّض، أو تشجّع أو تبرِّر الكراهية العرقية أو كره الأجانب، أو معاداة السامية، أو غير ذلك من أشكال الكراهية المبنية على التعصب، بما فيها التعصب المعبر عنه بالتمييز ضدَّ الأقلِّيات والمهاجرين، فرفضت المفوضية شمولية هذا التعريف، والذي سيثير المشكلات أكثر مما يحلُّها؛ ولهذا كان الاهتمام أكثر بما تسفر عنه خطابات الكراهية، أو بما قد يترتب عليه من آثار خطيرة. وقد تطلَّبت تشريعات النوع الأول الموضوعة لحماية النظام العام في كثير من البلدان حدوداً أعلى في حال انتهائِها؛ لذلك لم يتم 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 الم موضوعة لحماية الكرامة الإنسانية، فحدود تطبيقها أدنى بكثير من قوانين النوع الأول، كما تداخل تطبيق القوانين المتعلقة بخطاب الكراهية في الولايات المتحدة، مع حق حرية التعبير الذي يضمنه دستور البلاد، وغالباً ما تمت إعادة فحص قرارات المحكمة للتحقق من عدم إخلال الحكم الصادر عن الدستور الأميركي.

احتدام الجدال حول مشروعية تجريم خطابات الكراهية

نظرًا للعدم الاتفاق على تعريف واضح ومحدد لخطاب الكراهية، ليشكل إطاراً أو نطاقاً للحظر القانوني، فقد ثار جدال واسع حول مشروعية تجريم خطاب الكراهية، وطرح التساؤل عن مدى تعارض هذا المفهوم الواسع لخطاب الكراهية مع حرية التعبير المكفولة بالمواثيق الدولية، حيث اقتصر خطاب الكراهية على ما يمكن أن يسمى اليوم «خطاب العنصرية» الذي يغطي جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تحرّض أو تشجّع أو تبرّر العنصرية، مثل كره الأجانب ومعاداة السامية والتمييز العرقي والإثني واضطهاد الأقلّيات والمهاجرين... وكافة أشكال الكراهية ومظاهرها وممارساتها، لتشمل كلّ محتوى ينشر وينشر أو يحرّض على كراهية الأجانب ومعاداة الأقلّيات... وكلّ الأشكال الأخرى للكراهية القائمة على عدم قبول الآخر.

المعايير التي تفضي إلى تجريم خطاب الكراهية

يشكّل خطاب الكراهية نوعاً من أفعال الكلام، حيث يسيء المحدث أو يلعن أو يعبر عن كراهية تجاه فرد أو جماعة؛ إلا أنّ ما يدفع إلى الشك هو ما إذا كان خطاب الكراهية يمكن اعتباره نوعاً من الأداء، إذا ما تبنّينا معايير التمييز للمنطق الأدائي والأوصاف، على اعتبار أنّ الخطاب أو الكلام مهما كان نوعه مقرّون بقوّة

الفعل، وإذا أمكننا التعامل مع خطاب الكراهية انطلاقاً من هذا الاعتبار نفسه؛ فمن المؤكّد أنّ المتحدّث لا يعبر في خطاب الكراهية عن أفكار عدائية فحسب، بل إنّه يقوم بعمل ما، مثل التهديد أو التحرิض على إنجاز فعل معين، وهنا يمكن تطبيق إطار الحظر على الخطاب، إذا توفرت فيه ثلاث صور، الأولى: التحرิض على العنف، والثانية: التحرิض على التمييز، والثالثة: التحرิض على العداوة^١. ولتقوييم مستوى الكراهية، ومع محاولة للوصول إلى فهم شامل لظاهرة خطاب الكراهية؛ يؤخذ الحكم على الخطاب وطبيعته من منظور سلوكيّ، أي عبر تحديد السلوكيّات التي ينطوي عليها خطاب الكراهية، ومن ثم التفكير في عواقبها المحتملة؛ ولكن ما يلفت الانتباه هنا، هو الحد الأعلى الذي قد تصل إليه هذه السلوكيات، حيث إن الخطاب قد يتحول إلى فعل إجرامي يهدّد الحياة، وبالتالي تأتي ضرورة تلك المعايير، التي يتم تجريم خطاب الكراهية إذا توفر أحدها فيه، كالتالي:

١. سياق التعبير

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

٢. مكانة قائل التعبير أو المتحدّث في انتشاره

١. مركز هردو، «خطابات الكراهية»^٩.

يعني هذا أن تقادس مدى السلطة والتأثير من صاحب التعبير في الجمهور، ومعرفة ما إذا كان شخصية عامة، أو يشغل منصبًا مهمًا وبارزًا، أو كان قائداً سياسياً أو اجتماعياً ونحوه... حيث تصبح دعوته أو تعبيره ذات احتمال للانشار الواسع بين الجمهور، كما يمكن قياس درجة وعي قائل التعبير وخطورته.

٣. نية قائل التعبير

يمكن اعتبار التعبير تحريراً إذا ذهبت نية صاحبه إلى التحرير على العنف والكراهية، أو الدعوة إلى أعمال تمييزية. وعنصر النية من الأمور التي يصعب إثباتها، مالم يعترف بها صاحبها؛ لذا استقرّ قضاء حقوق الإنسان على وضع محدّدات وقرائن للاستدلال على نية الفاعل، ومنها لهجة صاحب التعبير، وهدفه من التعبير، ثمّ النظر إلى إعادة تكراره، لإثبات نوایا التحريرية من عدمها.

٤. محتوى التعبير

هنا وجب فحص محتوى التعبير، بربطه بقائله وبالفئة الموجّه لها، والموجّه ضدّها أيضًا، ونطاق التعبير ودرافعه ومخرجه، وهل استخدمت في التعبير لهجة عنيفة مباشرة؟ وهل المحرّض ضدّه كان واضحاً بشكل مباشر أو غير مباشر؟ مع مراعاة أن بعض الخطابات لا يمكن تطبيق معايير التحرير على، مثل التعبير الديني والفكري... وكذا الأبحاث العلمية والحملات الانتخابية والمناظرات السياسية.

٥. حجم التعبير وقدرته على الانتشار

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

كارикاتورية لنساء التوتسي، ومقالات مهينة ومشيرة للكراهية عن طائفة التوتسي، وداعية لأفضلية أبناء طائفة الهوتو على التوتسي، لهذا عدّت هذه المحاكمة الأولى تقريراً في القانون الدولي، التي عاملت الخطاب التحريري ضدّ تحت اسم: «إعلام الكراهية» لكونه يمثل جريمة ضدّ الإنسانية^١.

صناعة الكراهية وجدور انتشار خطاب الكراهية من خلال قيم العولمة:

تعتبر صناعة الكراهية أحد أهمّ الأسلحة المستخدمة في الحروب النفسية، بل إنّها أهمّ 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 واحتلاق الأحداث، والتلاعب بالعقول والافراء على الآخرين، وهذا يؤدي إلى توفير بيئة خصبة ترعى الكراهية والمعاداة، ليشتّدّ عود الضغائن، فتتحوّل الكراهية إلى أفكار وعقائد، قبل أن تصبح سلوكاً عدوانيّاً عنيفاً متطرّفاً، فمثلاً كانت جرائم الإبادة الجماعية في رواندا قائمة على خلفيّة من التحرير والإعلاميّ وخطابات الكراهية التي تمّ بثّها عبر وسائل الإعلام باستمرار؛ لتعزيز وتأصيل أفضلية طبقة الهوتو على التوتسي، ثمّ كان ما كان... فالتحرير بشكل مباشر وعلنيّ يعتبر صناعة للكراهية، وهي صناعة تتقنها طغمة من الدكتاتوريات والأنظمة الفاسدة والنخب الفكرية والسياسية والثقافية والدينية الكاسدة، حيث يقومون بنشر سموم وأكاذيب، ويبثّون الأحقاد بصورة يتمّ فيها التحرير، لبناء منظومة كراهية اجتماعية على أساس قوميّ أو عرقيّ وطائفيّ ومذهبيّ، أو قبليّ أو

مناطقٍ أو غيره... وهذه الصناعة تجد لها أسوأً ترويجها في كثير من البلدان، وخاصة في العالم العربي المثقل بالأزمات المركبة؛ بل هي صناعة تحظى برعاية وغطاء من الأنظمة العربية المستبدة، ومن دول كبرى تمتلك مشاريع جيواستراتيجية، تقوم على مبدأ الانقسام داخل الأمة الواحدة والدولة الواحدة، وبث الكراهية والتفرقة بين الشعوب، وإحداث صراعات بينها لتمكّن تلك الدول من تحقيق أهدافها وما ربها.

قيم العولمة في خطاب الكراهية بين جذوره الفردية وأسبابه السوسيو-

سياسية

ساهم التطور التقني في وسائل الإعلام المتنوعة في تفشي ظاهرة الكراهية وخطابها في منصات التواصل الاجتماعي بصورة كبيرة، حيث يتم استقطاب شرائح وأعداد متزايدة لانضمام إلى جيوش الكراهية العصرية، مسلحين بالحقد والأفكار العنصرية؛ لخوض معارك الاقتتال الاجتماعي والمذهبي والعرقي في الفضاء الإلكتروني الواسع؛ زد على ذلك التعصب الفكري والإيديولوجي والنظرة الاستعلائية المتمثلة بالخطاب الأحادي الجانب، الذي يدّعى بأنه الخطاب الوحيد الذي يملك الحقيقة، مما ساهم في تأجيج السلوك العدواني وإثارة النّعرات بمختلف أشكالها

ومنها مثلاً:

١. التمييز العنصري

لا يمكن حصر خطاب الكراهية في اللّفظ وحسب، بل إنّه يتعدّى اللغة ليتحول إلى سلوك عمليّ، يشكّل خطراً على المستويين الفردي والجماعي؛ ومن الأمثلة الحية على خطاب الكراهية، تلك التشريعات المتعلقة بالفصل العنصري في جنوب إفريقيا، والتي بمحاجتها يُحرّم أعضاء مجموعة عرقية من حقوقهم في التّصويت، وقد كان البلد الذي تتوفر فيه أكبر مجموعة من القوانين التي تحظر الدّعوة إلى العداء العنصري هي جنوب إفريقيا، بلد الفصل العنصري، وكان ضحايا هذه القوانين دائمًا هم السود. ونأخذ مثلاً آخر، إنّ لوحّة مكتوب عليها «لليبيض فقط»، موضوعة على عقار للبيع أو على باب مطعم، هي بمثابة خطاب كراهية أدائي تميّز ضدّ السود، ولا شكّ أنه بمجرد أن تُقصي طرفاً أو وجهة

نظر مُعارضه، أو نمنعها من الظهور من خلال إعدام فرص التعبير عن رأيها في وسائل الإعلام، وذلك بالاستعانة بالنصوص القانونية نفسها التي تكرّس حرّية التعبير باعتبارها حقاً أساسياً من حقوق الإنسان، فإنّا نكون بقصد خلق خطاب تحريري مولّد للكراهية؛ ونهدم القوانين، ونقوّض حقوقاً أساسية مثل المساواة وحقّ الناس في حرّية الاعتقاد والتفكير 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 المهمّشين، كما أنّ الصورة النمطية عن فئة محدّدة أو بلد معين، والأحكام المسبقة ضدهم، نتيجة تشريع أفكارهم في البنية الاجتماعية، وتقع المسؤوليّة هنا على كاّهل الدولة بكافة هيئاتها، وخاصة امتلاكها لوسائل الإعلام ومناهج التعليم ومؤسسات الدين... حيث يلجأ المتنفّدون في السلطة إلى ممارسات منها: تطويق التشريعات لصالحهم بغية إسكات أيّ انتقاد، تحت خانة القدح والذمّ؛ ويبدو أنّ قوانين القدح والذمّ والتحقير والتهديد، تطبّق فقط في حال كان «المعتدى عليه» من السلطة؛ ففي هذه الحالة يتحرّك القضاء دفاعاً عن المشاعر الشخصيّة، أمّا إنّ تعرّض المواطنين لساءة مماثلة، فإنّ الاستجابة تختلف؛ وإنّ نوردهذه المقارنة، لإظهار الاستنسابية والمعايير المزدوجة في تطبيق القوانين، التي وجب تحدّيثها للتتناسب مع حاجات الناس، وليس لحاجات من هم في الحكم.

نماذج ومستويات صناعة الكراهية في الإعلام الغربي:

إنّ الجانب الأسوأ للكراهية هو التحرير على العنف، ومن ثمة العنف نفسه، والذي تقود الكراهية إليه في صورة حروب ومذابح وجرائم ضد الإنسانية، وفي

صناعة الكراهية تجد نماذج ومستويات مختلفة، منها ما يتعلّق 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 تلطيخ صورة الإنسان العربيّ المسلم عبر وسائل الإعلام، وتعزّزت صورة العربيّ المتطرف القاتل في وسائل الإعلام الغربية، مما أحدث ما يعرف بظاهرة الإسلاموفوبيا؛ وفي البلدان العربية حيث تتشابك المعايير وتمتزج المصطلحات وتتفتقض الضوابط، يختلط النقد بالشتم وتتصاعد وتيرة القذف في الخطابات التي تجد استحساناً لدى شرائح اجتماعية واسعة، حيث تلهب الخطابات الشوفينية مشاعرهم وحماسهم، في ظلّ التناحر والصراع السياسي والأيديولوجي والدينيّ... وثمة صناعة للكراهية داخل البلد الواحد والدين الواحد، بهدف إثارة العصبيّات المذهبية والقبلية، لإشعال الفتنة 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، وتنهي أيّ تفاهم أو تنا格尔 مجتمعيّ، بل وتحدث الرغبة في الانتقام بنشر ثقافة تبرير العنف والاعتداء على الغير.

خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الغربية

تكرّس وسائل الاتصال خطاب الكراهية، وتحمّل مسؤولية رئيسة في بث خطاب الكراهية بصورة متواصلة على مدار الساعة للمشاهدين والمستمعين والقراء، حيث تزداد الإعلام المتخصص بالبغض والكراهية في ظلّ غياب شبه تامّ للإعلام المهنيّ، الذي يقوّي الروابط الوطنية للمكوّنات الشعبيّة، ويواجه

الإعلاميين الشراثرين الذين يهتكون النسيج الاجتماعي عبر التحريرض الأعمى على العنف والإقصاء. وكافة الأطراف التي تدعم وسائل الإعلام القائمة على نشر الكراهية وتمويلها وتغذيّها، غايتها تخدير الشعوب وتغييب عنها، وإشغالها عن حالة الشقاء والبؤس التي يعيشها الوضع العربي الراهن. والهدف هنا هو إبقاء الشعوب العربية أحجار شطرنج وبيادق تتقابل دون أن تغادر الرقعة، ويظلّ اللاعبون الرئيسيون متحكّمين 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 توينتر؛ بل أفردت بعض تلك التغطيات كامل المساحة لنقل ما وردَ من خطاب كراهية ممّن يؤيّدونه، لتنقل 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 يريده أصحاب هذا الخطاب من ترويج للفوضى والأحقاد والصور النمطية والقبح والذم، وما يقود إليه هذا كله من أفعال كراهية تصل حدّ الإيذاء وإزهاق الأرواح، وحسبنا هنا استذكار مجازر رواندا التي راح ضحيّة خطاب الكراهية فيها عام ١٩٩٤ ما يقارب ٨٠٠ ألف قتيل خلال مئة يوم فقط، ليُمثّل صحفيون أمام محكمة الجنائيات الدوليّة للمرّة الأولى بهذه التهمة.

ويبدو أنّ الإنترت صارت مرتعًا واسعًا لخطاب الكراهية، لأسباب عدّة 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 كل ٤٠ دقيقة مرتبطة بالموقع، يتعلّق كثير منها بما

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

إذدواجية معايير الإعلام الغربي في تعامله مع خطاب الكراهية

استغلت بعض الأطراف حرّية التعبير، التي تصونها القوانين الدوليّة للاعتداء على كلّ شيء، فحتّى الخالق تبارك وتعالى ومعه الرسل والأنباء ودين الإسلام ورسوله خاصّة لم يسلموا من شرور هؤلاء الإعلاميين، والإشكالية المثارّة هي حول حدود وضوابط حرّية 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.

رخصة شارلي إيبدو مثلاً:

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

وبالمقابل يتّخذ بعض المرؤّجين لخطاب كراهية ما من حّقّهم المطلق بالتعبير وسيلةً للتحريض على جرائم ذات طابع عرقيّ أو طائفيّ... وتشكّل مجرزة قتل صحافيّي ورسامي مجلة «شارل إيبدو» الفرنسية عام ٢٠١٥ محطةً مفصليةً في النقاش حول إشكالية حرّية التعبير وخطاب الكراهية في العصر الرقميّ، فمن أطلق النار على رسّامين مثيرين للجدل، اتهمت مجلّتهم في مناسبات عدّة بتبنّي خطاب عنصريّ كاره لل المسلمين والمهاجرين، ففتح برصاصته الباب على نقاش الحقّ بالسخرية مهما علا سقفها، كما دفع المعنيين للتفكير بأبعاد تلك السخرية، حين تحدّث عن التقااطع بين ثقافات تقارب المقدس والواقع والسياسة والرقابة بطرق مختلفة، لا بل هي متناقضة أحياناً؛ وهذه المواقع التي تتحدث عنها تعتبر أهمّ موقع التواصل الاجتماعيّ في الوقت الحاليّ، وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصّص كُلّ 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 مضللة.

٢. تهويل العنف والمشكلات الاجتماعية.

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

فالفضاء الإلكتروني الذي أوجد حرية مطلقة بلا ضوابط أخلاقية وقوانين رادعة، جعل أبواب تلك المواقع مشرعةً، تسع لـكل من يغذي الكراهية المتختمة بالحقد على الآخر. وبطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أصبح الفضاء الاجتماعي والثقافي مهيئاً لانتشار خطاب الكراهية، بل وأصبح خطاب الكراهية هو الوسيلة الأولى من وسائل الاستقطاب السياسي؛ ولا يزال ذلك المخاض العسير مستمراً في شكل صراعات سياسية، تستهدف إثارة الفتنة ونشر العداوة، والإقصاء الممنهج الذي يشكل العنصر الأساس في تنامي خطاب الكراهية، وما من شك في أن هذا التنامي سوف يصبح ظاهرة اجتماعية وسياسية؛ بل وستساهم في إظهار الكراهية، واستحكام الفوضى المدمرة، وبناء حالة من الالتسامح، فلم نأخذ من الماضي دروسه وعبره لتفادي الصراع والكراهية، وهو السبب في ما آلت إليه الأحوال في علاقتنا الإنسانية والحضارية المعاصرة مجدداً.

مناهضة الإسلام لعلوم خطاب الكراهية

إن الله يعطي بالرفق ما لا يعطي بالعنف، وخطاب الكراهية هو عنف لفظي، والله جل وعلا يقول لنبيه ﷺ: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنَتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيلًا لَّا نَفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران، ١٥٩]؛ ذلك أن خطاب الكراهية خطاب يُفْضِّل ولا يجمع، يُبعد ولا يُقرّب، يُفسد ولا يصلح، إنّه كحصى الخذف، يفقأ العين ولا يقتل الصيد؛ أو كرَبَّ السيل يذهب جُفَاءً ولا يمكث في الأرض، وما تلبّس أحد بخطاب الكراهية إلّا نفرت من وحشيه أسماع العقلاة، فكراهية اسماع قوله أو قراءة مقاله، إنّه بركان هائج لا يقذف إلّا بالحمم، فلا تقع على شيء إلّا أحرقته أو أذابته؛ لذلك أمر الله عز وجل بالقول الحسن، والدليل قوله تعالى: ﴿وَقُلُّوا 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 كل خلق حسن، يشمل ذلك أن نجاريهم بأحسن ما نحب أن نُجازى به، وفي ضمن ذلك أيضًا النهي عن الكلام القبيح حتى للكفار ﴿وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [العنكبوت، ٤٦] ويدخل فيه أيضًا النزاهة في القول فلا يكون فاحشًا، ولا بذريًا، هذا فيما نتحدث ونخاطب به مع الآخرين، وإذا تردد الإنسان بين كلمتين إحداهما حسنة، والأخرى قبيحة فينبغي أن يتخيّر الكلمة الحسنة، فإنّه مأمور بذلك: ﴿وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا التَّيْهِي أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزَعُ بَيْنَهُمْ﴾ [الإسراء، ٥٣]؛ أمّا مع الأعداء فإنّه يطفئ نار العداوة ويكسر حدّتها، أو على الأقلّ يوقف تطور الشرّ، والله تبارك وتعالى يقول في الميثاق الذي أخذه علىبني إسرائيل، والمراد بالميثاق العهد المؤكّد، ﴿وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالَّدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُعْرِضُونَ﴾ [البقرة، ٨٣] فالرحمة والرأفة والحرص

على هداية الناس صفات لا تجتمع في امرئ يحمل لسانه خطاب الكراهية، وقد روى البخاري في «ال الصحيح» عن عائشة قولها: «دَخَلَ رَهْطٌ مِنَ الْيَهُودِ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا: «السَّلَامُ عَلَيْكُمْ» فَفَهَمْتُهُمْ، فَقُلْتُ: وَعَلَيْكُمُ السَّامُ وَاللَّعْنَةُ» فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَهْلًا يَا عَائِشَةَ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُ الرُّفْقَ فِي الْأَمْرِ كُلِّهِ؛ فَقُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَوَلَمْ تَسْمَعْ مَا قَالُوا؟! قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: قَدْ قُلْتُ: وَعَلَيْكُمْ». وعلى سبيل المثال محتوى الكراهية الذي يروج عن الدين الإسلاميّ، بكونه يدعو للقتل، بينما يتناسى هؤلاء ما يقوم به غير المسلمين في شتى أنحاء العالم، كما يتغاهلون نصوص الإسلام التي فاقت كلّ نصوص حقوق الإنسان ومواثيقه العصرية، ولم يجد هؤلاء سوى ما ارتكبه بعض المسلمين من أخطاء؛ بل ويتجاهل جميع السياقات التاريخية وال زمنية للنصوص الدينية، ويقزرون إلى أحكام نهائية تتجاهل الحقيقة، كدفاع المسلم عن نفسه وعن دينه وعن كلّ ما يحقّ له الدفاع عنه.

وإنّ رأيناًليس خاصّاً بنا في هذه المسألة، إنّما يشاطرنا فيه بعض الأوروبيّين، إذ يقول روبرتسون: «إنّ المسلمين وحدّهم هم الذين جمعوا بين الغيرة لدينهم وروح التسامح نحو أتباع الأديان الأخرى، وإنّهم مع امتشاقهم الحسام نشراً لدينهم، تركوا من لم يرغبو فيه أحرازاً في التمسك بتعاليمهم الدينية». ويرى ميشود في كتابيه: «تاريخ الحروب الصليبية» و «رحلة دينية في الشرق» أنّ القرآن الذي أمر بالجهاد متسامح نحو أتباع الأديان الأخرى، وقد أعفى البطاركة والرهبان من الضرائب، وحرّم محمد قتل الرهبان لعكرفهم على العبادات، ولم يمسّ عمر بن الخطاب النصارى بسوء حين فتح القدس، في حين ذبح الصليبيّون 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 أي معتقد عليهم بالقوة^١. لذا نتساءل كيف ولماذا كثر الحديث عن خطاب الكراهية عند المسلمين دون غيرهم؟ فلا يخرج الأمر عن أنّ الذي يُغذّي خطاب الكراهية ضدّ الإسلام والمسلمين، إما ينطلق في ذلك من خلفية عقدية، وإما من ردّ فعل عكسية، فأمّا ما كان سببُهُ الْبُعْدُ الْعَقْدِيُّ، فلا حيلة لأمة الإسلام اتجاهه، فلو جاءتهم كلّ آية لم يستطعوا نزعه من صدر وهم إلّا أن يشاء الله، قال الله جلّ شأنه: ﴿وَمَا نَقْمُو مِنْهُمْ إِلَّا أَنَّ يُؤْمِنُوا بِاللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ﴾ [البروج، ٨] وأمّا خطاب الكراهية الذي يكون سببُه راجعاً إلى ردّ فعل عكسية لأخطاء بعض أهل الإسلام، فإنّ هذا هو ما يعنينا بالدرجة الأولى؛ لأنّ أهل الإسلام هم المعنيون بالقدوة الحسنة، وموافقة أفعالهم لما ينتسبون إليه؛ فإنّ الطرف الآخر لا يُفرّق بين الإسلام وبين المنتسبين إليه، فأيّ غلط يقع فيه أحد منهم سُيُّلُّون باللائمة على الإسلام؛ فقد حدث مثلًا عام ٢٠١٢ أن قام أحد الأشخاص في الولايات المتحدة 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 عربية 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 الإنسانية. لقد منح الإسلام هذه الهوية الجديدة للإنسان، وأحدث من أجل استيعاب هذه الهوية أمة جديدة، لم يكن لها مثيل من قبل بين الأمم، فإنّه لا اعتبار إلّا للتفويت، قال تعالى: ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَاءُكُمْ﴾ [الحجرات، ١٣] ومن هذا المنطلق يتعرّف المسلم على نفسه وعلى ما حوله، فالشخص سواءً أكان مسلماً أو غير مسلم، يجد نفسه ضمن هذا الانتماء،

١. لمبوبون، ١٣٨-١٣٧

٢. زهرة، وليد (٢٠١١)

وإزاء هذا الحضور السرمدي اللامتناهي الأعظم، وقد حثّ الآيات والأحاديث على أنّ كلّ مؤمن مسؤول عن أفعاله و اختياراته، وفي هذا إثبات لكونه المسلم وشخصيته، وإشعار له بضرورة تحمل المسؤولية^١. ويمكن القول إنّ التسامح الدينيّ كان مطلقاً في دور ازدهار العرب، ومثل هذا التسامح، مما لم تصل إليه أوروبا بعدما قامت به في أكثر من ألف سنة من الحروب الطاحنة، وما عانته 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 ويدمرها، كما يعمل على زرع بذور الخوف والكراهية، وانعدام الثقة في نفوس الأفراد، فإذا ترك دون رصد ومراقبة، أدى إلى أعمال عنف وربما ساعد في تهيئة الظروف لارتكاب إبادة جماعية، ومن الآثار التي يترتب عليها انتشار هذا الخطاب:

١. قتل روح الإبداع في المجتمع، وهجرة الكفاءات البشرية.
٢. فقدان المجتمع تماسته الداخليّ، فيصبح ضعيفاً أمام الأزمات، وتهديد وحدة النسيج الاجتماعيّ.
٣. تقسيم المجتمع إلى جماعات غير متجانسة، مع انتشار التطرف بين الشباب.
٤. خطورة مثل هذا الخطاب، تكمن في إرباكه للأمن الفكري والاجتماعي، المؤثرين في النسيج المعرفي والتجانس الاجتماعي.

١. الحبابي، محمد عزيز، ص ١١٢.

٢. لوبيون، ٢٤.

السبل المثلثى للتعاطى مع خطاب الكراهية وآليات مواجهته

على الرغم من أنّ خطاب الكراهية مليء بالحقد والتحريض والعنف، ورغم كلّ العنف المختزن فيه، إلا أنّ تفكيره وإظهار سطحية ومواجهته ليس مستحيلاً، إنّ كان ثمة رؤى جادة، وقناعة إنسانية مشتركة، بأنّ هذا الخطاب يحمل في أحشائه ما يهدّد البشرية جمّعاً، فليست الأمّ بنت ساعي واحدة، بل هي نتيجة ماضٍ طویل، وهي محصولٌ ما خضعت له من البيئات المختلفة التأثير، ولذا يُفسّر حاضرها بماضيها؛ وثمة طرق عديدة لمناهضة خطاب الكراهية ومنعه، ومنها:

١. احترام حق الآخر في التعبير عن ذاته، وآرائه وثقافته ومعتقداته، دون خوف من الملاحة.

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

٣. ضرورة وضع حدّ فاصل واضح بين مصطلحٍ: «حرّية التعبير وخطاب الكراهية».

٤. رفع مستوى الوعي ببيان مخاطر التمييز والتعصب بإعداد برامج تثقيفية للأطفال والشباب.

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

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

٧. تحديد المسؤوليات الخاصة بمرتكبي خطاب الكراهية، ومزودي خدمات الإنترنٌت.

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 نقلًا عادلًاً وأمنًا ودقيقًا.
١١. تشكيل لجان للإنذار والاستجابة المبكرة لرصد خطاب الكراهية وأشكال التحرير على العنف.
١٢. تشجيع الباحثين والمؤسسات المعنية بهدف القيام بأبحاث ودراسات اجتماعية وفكريّة علمية لرصد أفكار الكراهية وخطابها وسلوكها، وتحليل الظاهرة ومقارباتها، وإصدار توصيات محدّدة تتحوّل إلى خطط عمل بهدف محاصرة الكراهية والгиولة دون استفحالها.
١٣. تحديد المواقف التي تؤدي إلى استخدام خطاب الكراهية واتخاذ التدابير المناسبة لوضع حد لها
١٤. ضرورة تفكيك هذا الخطاب برفض منهجهيّته الفكرية المبنيّة أساساً على رفض الآخر، مع التشبيث بتوطيد القيم التي يهدّدها خطاب الكراهية، ويجب أن تهدف مكافحة خطاب الكراهية إلى حماية الأفراد والمجتمعات.
١٥. إقامة الحدود الفاصلة بين حرّيّة التعبير وخطاب الكراهية، مع إعادة النظر في ما يسمى: «نظريّة الحرّيّة الإعلاميّة».
١٦. ضرورة وضع إستراتيجية لوسائل الإعلام في كيفية التعامل مع معتقدات الغير.
١٧. لا ينبغي استخدام القيود المفروضة على خطاب الكراهية لإسكات الأقلّيات وقمعها.

١٨. الحوار مع الآخر «فالحوار هو الاستماع الوعي الحقيقى للأقوال والآراء والأفكار... لأنّ 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 وحرّيّة التعبير، يمكننا القول إنّه يكتنفهما كثير من اللبس والغموض، والشطط والاستنتاجات والاقتضاءات غير المنطقية، وعلى الأخص في تقديم تصوّرات متناقضة لبنيّة الأطروحتات التي تناولت هذين الموضوعين، وخاصة أنّه 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 أنّ التعامل والتسامح لن يتحققَا، إلّا عبر نبذ كافة أشكال الكراهية ومظاهرها وممارساتها، وشمولّاً لكلّ محتوى ينشر ويبثّ، أو يحرّض على الكراهية بشتّى أشكالها، والقائمة أساساً على عدم القبول بالآخر إلّا في إطارها، وهذا الإطار مما قد نتفق أو قد نختلف حوله، وله موضوع خاصّ منفرد به، لكن على السلطات الحاكمة في كلّ الدول تحمل مسؤوليّة رئيسة في منع خطاب الكراهية، وحماية أفرادها منه، والعمل على وقف هذا الخطاب، الذي يساعد على ارتكاب أعمال العنف وتشجيعها؛ لأنّ الأنظمة الدوليّة في نظري ما تزال بعيدة عن الساحات التي ينتشر فيها هذا الخطاب ويتمدد، ويقى الموضوع حبيس لقاءات وحوارات

المثقفين، الذين ليس لهم أي تأثير على صناع القرار السياسي في دولهم، ولا على المجتمعات التي يتمدد فيها خطاب الكراهية؛ ولكن مع ذلك يمكن المشاركة بأشكال عدّة؛ أبرزها اثنان: أحدها توعوي والآخر قانوني؛ ليعاد طرح السؤال مجدّداً: هل بالإمكان إطفاء سعار ولهيب الكراهية يوماً ما؟.

لائحة المصادر والمراجع

١. القرآن الكريم.
٢. العهد الدوليّ الخاصّ بالحقوق المدنية والسياسية - وثائق الأمم المتحدة.
٣. دايك، فان (٢٠٠٠) وبراون، جون؛ بول، جون (١٤١٨ / ١٩٩٧).
٤. لوبيون، غوستاف، حضارة العرب، نقله إلى العربية: عادل زعيم، 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 قصیر¹

تمهيد

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

ثمة إذاً شيء مما يمكن وصفه بـ«إرهاب الأميركي النووي» أو رُهاب أسلحة الدمار الشامل الذي يمكن أن يكونوا ضحاياه في أي لحظة. حتى أنّ عدداً من مراكز الأبحاث المتخصصة في أميركا وأوروبا ستمضي في تحقيقاتها إلى القول إنّ الأميركيين باتوا شعباً مكتئباً وحزيناً وخائفاً.. بينما تقول دراسة استندت إليها المجلة المذكورة وأعدّها معهد (ترايانغيل) في كارولينا الشمالية إنّ ملايين

1. باحث وأستاذ مادة الإعلام المرئي في الجامعة اللبنانيّة.

الأميركيين «صاروا يعانون الاضطراب النفسي فقط لأنّهم شاهدوا ما جرى على شاشات التلفزيون (...)» وتضيف: «إنَّ الأميركيين العاديين يعالجون توّرّهم عن طريق الانهماك في استهلاك السجائر والكحول والمarijوانا، أمّا 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 التباكي العسكري والثقة المفرطة بالذات. وإذا العالم بأسره - على الأقل في هذا الوقت بالذات - لا يتستر على إعجابه الشديد بالسيطرة العسكرية الأميركيّة. فقد كان من نتيجة هذا كله أن تضخّمت قوى كبار العاملين في إدارة بوش من الذين يعتقدون أنَّ قضايا العالم لا تُذلَّ ولا تُحلَّ بالدبلوماسية وإنّما بالقوة العسكرية السافرة. لقد دفعت «حرب الولايات المتحدة على الإرهاب» «بالأسلحة البيولوجية وسائر أسلحة الدمار الشامل إلى صدارة الاهتمام الدولي». وبدل أن تعمّل على الحدّ من انتشار هذه الأسلحة سلكت في التعامل مع الجيوبوليтика النووية سلوكاً يشجّع الدول والمنظّمات على اقتنائها والسعى إلى استخدامها.

لقد ذهب مفكّرون وخبراء إلى توصيف آليّات إنتاج العنف فأقرّوا أنَّ انهيار برجي المركز العالمي للتجارة أمر يفوق الخيال، غير أنّهم بينوا أنَّ هذا لا يكفي لكي نجعل منه حدثاً واقعياً. إنَّ قدرًا زائداً من العنف لا يكفي للإطلالة على الواقع. ذلك أنَّ 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 واقعيٌّ أيضاً. وعوض أن يكون عنف الواقع ماثلاً

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

١. الميديا وممارسة الإرهاب الثقافي

وسط ازدحام الجدل الذي أعقب تفجيرات برجي التجارة الخارجية في نيويورك ذهب كثيرون من علماء الاجتماع وحلقات التفكير الإستراتيجي إلى القول إن «الإرهاب ليس شيئاً يُذكر من دون وسائل إعلام». وهذه الأطروحة أطلقها أول مرة الفيلسوف وعالم الاجتماع الفرنسي جان بودريار في مطلع العام ٢٠٠٢، أي بعد أشهر قليلة من الحادث الأميركي^١، وسائل الإعلام برأي بودريار، جزء لا يتجزأ من الحدث ومن الرعب، وقد تؤدي دورها في هذا الاتجاه أو ذاك، وبالتالي فإن الفعل القمعي يسلك المسار غير المرتقب نفسه الذي يسلكه الفعل الإرهابي، ولا أحد يعلم عند أي حد سيتوقف، والانقلابات التي ستليه. ما من تمييز ممكّن، على مستوى الصور والإعلام، بين المشهدية والرمزيّ، ما من تمييز ممكّن بين «الجريمة» والقمع. وانطلاقه هذا الارتكاس الخارجية عن أي سيطرة هي الانتصار الفعلي للإرهاب، وهو انتصار ظاهر في تشبّبات الحدث وتسرباته الخفية. ليس فقط في الركود المباشر، في الاقتصاد والسياسة والبورصة والمال، وفي الركود الأخلاقي والسيكولوجي الذي ينجم عنه، بل في ركود نظام القيم أيضاً، وإيديولوجية الحركة بأكملها، والتداول الحر... إلخ، التي طالما كانت مفخرة العالم الغربي، وهي المركّزات القيمية - الأخلاقية التي تسّلح بها هذا العالم لممارسة هيمنته على الأرجاء المتبقية من العالم. ولقد تفاقم الأمر إلى حدّ بدأت معه فكرة الحرية، وهي فكرة حديثة العهد، بالاختفاء من العادات

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

والضمائر، وبدأت العولمة الليبرالية بالتحقق في شكلٍ معاكسٍ، في شكل عولمة بوليسية، ومراقبة كلية، وترهيب أمنيٍّ. إنَّ الانفلات ينتهي إلى حد أقصى من ضوابط القسر، والتقييد يساوي ضوابط المجتمع الأصوليٍّ.

تراجع في الإنتاج، في الاستهلاك، في المضاربات، في النموٍّ (ولكن ليس في الفساد طبعًا): فكلّ شيء يشير إلى أنَّ الستاتم العالميٍّ يتبنّى انكفاءً استراتيجيًّا، ويجري مراجعة أليمة لقيمه - كرد فعل دفاعيٍّ، على ما يبدو حيال صدمة الإرهاب، ولكنّها تستجيب في العمق إلى إيعازاته المضمرة - تنظيم قسريٍّ ناجم عن الفوضى المطلقة، لكنَّه يفرضه على نفسه، مستبطناً، على نحوٍ ما، هزيته الخاصة.

وفي سياق تأويله لمقوله الإرهاب المركب (الرمزي / الواقعيٍّ) يبيّن العالم الفرنسيٍّ وجهاً آخر للإرهاب دفع به الإعلام الأميركيٍّ الموجَّه بوسائله الكثيرة والكبيرة إلى أن يتحول من مجرَّد صوت وصورة إلى باعث لزمن وواقع جديدين. هذا الوجه الآخر للإرهاب يكمن في أنَّ كلَّ الأشكال الأخرى للعنف وزعزعة استقرار النظام تتضاد لصالحه: إرهاب معلوماتيٍّ، إرهاب بيولوجيٍّ، إرهاب الإنترالكس والشائعة، هذه كلُّها تنسب إلى بن لادن، حتى إنَّه صار بإمكانه أن يعلن مسؤوليته عن الكوارث الطبيعية. كلَّ أشكال اللاتنظيم والتداول الشاذ مفيدة له. وحتى بنية التبادل العالميٍّ المعتمَّ تخدم التبادل المستحيل، كأنَّها الكتابة الآلية للإرهاب يردها باستمرار الإرهاب (غير المعتمَّ) بالإعلام، وبكلِّ ما يتوجَّب عليها من تبعات الهلع: فإذا كانت الإصابة، في قضية الإنترالكس هذه كلُّها، تتمَّ من تلقاءها عبر التبلور الآنيٍّ، على غرار محلول كيميائيٍّ، إذ يمسُّ مسَاً إحدى الخلايا، فهذا يعني أنَّ الستاتم بأسره قد بلغ كتلة حرجة تجعله عرضة لأيٍّ اعتداء.

ما من حلٍّ لهذا الوضع الحديٍّ، خصوصًا بالحرب التي لا تقدم سوى موقف مسبوق وتمَّ اختباره سابقاً، بتدفق القوى العسكرية، والإعلام الشعبيٍّ، والإلحاح

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

إنَّ الرعب مقابل الرعب، الإرهاب مقابل الإرهاب، كما يقول بودريار، الذي خلع عليه خصومه صفة «فيلسوف الإرهاب بامتياز»، بسبب من خروجه على مؤديات وشعائر نظام الخطاب الإعلامي الأميركي بعد الحادي عشر من أيلول. لكن الرجل سيمضي في تفكيك الظاهرة وهي في حمأة صعودها، ليقرَّر أنَّه عندما يكون الموقف مُحتكراً، على هذا النحو، من قبل القوَّة العالميَّة (أميركا)، وعندما تكون حيال هذا التركيز المذهل لكلِّ وظائف الآلية التكنوقراطية والفكِّر الأحاديّ، فأيَّ سبييل آخر يمكن سلوكه غير التحويل الإرهابيّ للموقف؟ إنَّ السِّيَّاست نفسه هو الذي ولَّ الشروط الموضوعية لهذا الرد العنيف المباغت. فباستئثاره بكلِّ الأوراق، يُرغم الآخرين على تغيير قواعد اللعبة. والقواعد الجديدة ضاربة؛ لأنَّ الرهان ضار. إنَّ الإرهاب هو الفعل الذي ينشئ خصوصية لا راد لها في لبِّ مناخ من التبادل المعمم. الإرهاب كالفيروس، ماثل في كلِّ مكان، هناك حقن عالمي متواصل للإرهاب الذي هو كالظل الملازم لكلِّ نظام سيطرة. مهياً، أينما كان، لأنَّ يصحو كعامل مزدوج، لم يعد هناك خطٌّ فاصل كفيل بالإحاطة به، إنَّه في لبِّ هذه الثقافة التي تحربه، والشَّرخ المرئيّ (والحقد) الذي يجعل على المستوى العالمي، المستغلين والمتخلفين في مواجهة العالم الغربي يرقد، سرّاً، الشَّرخ الداخلي في «السيستام» المسيطر. باستطاعة هذا الأخير أن يجده كلِّ تضادٍ مرئيٍ. ولكن ماذا عن الآخر، ذي البنية الحمويَّة (الفيروسية)؟ - كأنَّ كلَّ جهاز سيطرة يعزِّز الجهازية المضادة له، ضدَّ هذا الشكل من الارتكاس شبه الآلي لقوَّته

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 حل بالقوة. صحيح أنّ في الأمر تضاداً أساسياً، لكنه تضادٌ يُعيّن، عبر طيف أميركا (التي كانت المركز السطحيّ، لكنها ليست بمفردها، تجسيد العولمة) وعبر طيف الإسلام (الذى ليس تجسيداً للإرهاب هو أيضاً). العولمة المتصرّة تخوض صراعاً مع ذاتها، وفي هذا المعنى يمكننا الحديث عن حرب عالمية، ليست الثالثة، بل الرابعة وهي الوحيدة العالمية حقاً، لأنّ رهانها هو العولمة بالذات.^١

٢. «المكارثية» المستعادة عبر الميديا

قدمَت «المكارثية»^٢ في خمسينيات القرن العشرين نموذجها الشبيه جدًا بـ«توتالياريّات» جمهوريّات الموز في أميركا اللاتينيّة. وإلى اليوم لم يهترّ هذا المسار في جوهره رغم اختلاف وتطور التقنيات المعتمدة في عمليّات التحكّم بالمجتمعات العالميّة التي تقع تحت الهيمنة الأميركيّة - الثقافية والإعلاميّة. قد يقال الكثير مما يخالف ذلك، من جانب اللوبي الثقافي والإيديولوجي في أميركا. ومع ذلك ظلّ المسكوت عنه أقوى مما يشيعه الخبر الرسمي المحمول على صورة الإمبراطوريّة الإعلاميّة الهائلة. قبل سنوات كتب المؤلّف المعروف بيرترام

١. م. ن.

٢. المكارثية (McCarthyism): نسبة إلى الوزير جون مكارثي الذي تولّى قمع حركات المعارضة والحركة النقابيّة الأميركيّة في الخمسينيات من القرن العشرين، وأدّت أعماله إلى تحويل المجتمع السياسي الأميركي إلى مجتمع استبدادي يشبه إلى حدّ بعيد الدول الاستبداديّة في العالم الثالث.

کروس أنَّ الفاشیة ستأتي إلى الولايات المتحدة بوجهه ودود: من دون محاکمات نورنبرغ، أو مبادئ التفوق العنصريّ، من دون أحزاب ممتوحة رسميًّا، أو إبطال للدستور، وإزالة الفروع الثلاثة للحكومة، لكن بنفس الحماس القوميّ، والقوانين الدکتاتوریّة الاعتباطیّة، والغزوات العسكريّة العنيفة^١.

بعد الحادی عشر من أیلول ظهرت أمیرکا من داخل، فبدت كمیاه راکدة سقطت عليها صخرة ضخمة. کلّ شيء راح ينکشف على الملاً بعدما لم تعد القيادة السياسيّة العليا تملک الزمّن الذي يمكنّها من استعادة «مقوله القلعة الآمنة» بالسرعة القياسية المطلوبة لدولة عظمى كأمیرکا.

الحاصل بعد سقوط برجي نیویورک أنَّ تبؤات کروس لم تخب. سیین کاتب الأميركيّ جیمس بیترارس -وهو یساريّ- أنَّ علامات دولة البولیس في الولايات المتحدة واضحة في کلّ مكان. وصفة الدولة الشمولیة التي يتحول فيها المجتمع المدنيّ إلى شبكة من المخبرین السریین، هي صفة أمیرکیة بامتیاز. ولعلَّ أبرز المعلومات التي استعصت على شبكة الإعلام الأميركيّ الموجَّه، أنَّ مكتب التحقيقات الفدراليّ^٢ حضَّ کلّ مواطن أمیرکيّ (بعد ١١ أیلول) على التبليغ عن أيّ سلوك مريب يقوم به أصدقاء وجيران أو أقرباء و المعارف غرباء. والحقيقة أنَّ ما بين أیلول وتشرين الثاني ٢٠٠١ تمَّ تسجيل ما يقارب سبعمائة ألف اتهام لآلاف الشرق أو سطین من الجيران وأصحاب المحلّات التجارية المحلّية والموظّفين (کما) وُجّهت إليهم التهم، مثلما حدث مع العديد من المواطنين الأميركيّين الآخرين. لم تقد أيّ من هذه التهم إلى أيّ معتقل أو حتّى إلى معلومات متعلّقة بـ ١١ أیلول. وعلى مدى الشهور التالية على الحادث قامت الشرطة الفیدرالیّة

١. بیترارس، «حرّاك دولة البولیس في کلّ مكان».

بالتحقيق مع مئات وآلاف من الأشخاص الأبرياء ومضاييقهم. عشرات الملايين من الأميركيين أصبحوا بهوس الخوف من «الإرهاب» في عملهم اليومي، وأثناء التسوق، وخلال فترات الراحة. لقد أحجم الناس عن نقد الحرب أو الحكومة، حتى لو كان بألف العبارات، خوفاً من أن يوصموا بمؤيدي الإرهاب، أو أن تكتب التقارير بحقهم، أو أن يتعرضوا للتحقيق، أو أن يفقدوا عملهم. ولكي يعيد فرقاء البيت الأبيض والبتاباغون ووكالة المخابرات المركزية والـإف بي آي (الوجه السودود) للتوكيلية الداخلية جرى إلقاء المسؤولية والتركيز على العرب، خصوصاً المسلمين منهم بوجه عام. وبحسب جيمس بيتراس إنَّ الفاشية «السودودة» التي وصفت بها الولايات المتحدة الأميركيَّة 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 أو سطين» هو نهج عملي ثابت ومحبوب تقوم به الشرطة الفيدرالية، والحكومية، والمحلية. إنَّ الكثافة العالية للجماعات العربية، كما هي الحال في ديربورن، ميتشيغان، يظهر كأنَّهم يعيشون في غيتو، بانتظار مذبحة تدبر لهم وتحلُّ بهم. ويعتبر رئيس مكتب التحقيق الفيدرالي أنَّ 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 أشدَّ الغرائز عنصرية وحرَّضت اندفاع الإهانات والعداوات الأهلية^١.

١١.٣ الإٍرهاٌب الإٍعلاميّ مقلوٌّ بـ

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

ولا شكّ في أنّ سلوك الرئيس جورج دبليو بوش في ١١ سبتمبر يدعو إلى إثارة كثير من الشكوك غير الطبيعية. ويتساءل المفكّر الأميركيّ غورفیدال (١٣) عمّا إذا كان باستطاعته أن يتصرّر رئيساً لدولة حديثة أخرى كان يمكن أن يستمرّ في الوقوف أمام عدسات المصورين لالتقاط صور «دافئة» له وهو يستمع إلى تلميذة صغيرة تروي له حكايات عن عزتها التي تربّيها، بينما كانت الطائرات المخطوفة ترتطم بالمباني الثلاثة الشهيرة. وبمقتضى الدستور، فإنّ بوش ليس مجرّد رئيس للدولة، بل هو أيضًا 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 متّقاعد في الجيش الأميركيّ قام بتدريس العلوم السياسيّة في قاعدة ويست بوينت. كتب جوف في رسالة بعنوان «الدليل المزعوم حكاية كاذبة»: لست أدرى لماذا لا يسأل الناس أسئلة محدّدة للغاية عن تصّرّفات بوش وشركاه في يوم وقوع الهجمات؟ فقد تمّ اختطاف أربع طائرات وأخرجت من خطّ طيرانها المقرّر، وكل ذلك ظاهر على رادارات سلاح الجوّ الأميركيّ^١. كان جورفیدال، أحد أوائل من نبه إلى أنّ إلحاّق الهزيمة بالاتحاد السوفياتيّ وتدميره لن يجعلـا السلام إلى العالم؛ لأنّ طبيعة القوّة المتّصرة تحتاج إلى عدوّ

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

ييرّ استثمارها في أسباب القوّة... وإذا لم يكن هذا العدوّ موجوداً سيوجدوه. ويومذاك حدد فيDAL 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 فيDAL المؤسسة الأميركية بتصريحة المثيرة للجدل. فهو يتهم الحكومة الأميركيّة ووسائل الإعلام بتضليل الرأي العام، معتبراً أنّ: «أميركا تضمّ ربع مليار نسمة مضلّلين تماماً ومغيّبين من جانب حكومتهم». وكان قد انتقد الرئيس بوش، قائلاً إنّه يريد أن تستمرّ الحرب ضدّ الإرهاب إلى الأبد، وأشار إلى أنّ بعض الأميركيّين 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 يؤمّنون بذلك ويزعمون أنّهم باعتماد استراتيجية التدمير المفتوح للنظام العالميّ، وهو ما عرف بنظرية «الفوضى الخالقة»، إنّما يمهّدون السبيل للقيامة الكبرى للمخلّص. ومنهم من ذهب إلى مخالفة داربي واتهامه بتحريف وتشويه النصوص الكتابيّة.

٤. الحرب العالمية الرابعة: إعلامية

إثر «زلزال ١١ سبتمبر»، انبرى عدد من العاملين في الميدان الاستراتيجيّ، إلى توصيف السلوك الإعلاميّ الذي مارسته الولايات المتحدة تجاه العالم بأنه تطبيق للحرب العالمية الرابعة بامتياز. ولاحظوا أنّه إذا كانت الحرب العالمية - الأولى على وجه شبيه مشترك من نواح عديدة، فإنّ الحرب الثالثة هي ما عرف بـ «الحرب الباردة» (١٩٤٥ - ١٩٩٠). أمّا الحرب العالمية الرابعة، فهي تلك التي لا تنفك تجتاح عالم اليوم، عبر الميديا الفضائية وثورة الاتصالات بتقنياتها

المختلفة. وقد خلع السياسيون والاستراتيجيون الأميركيون على هذه الحرب التي سوّقتها محطّات إعلامية كبرى أو صافّاً عدّة مثل: «الحرب الشاملة على الإرهاب»، و«الحرب الاستباقية»، و«الحرب الامتكافية»، 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 بقوّة بعد الحادي عشر من أيلول / سبتمبر ٢٠٠١. وأيّاً تكون التأويلات التي أخذ بها الخبراء منذ ذلك الوقت، فإنّ الوظيفة المرصودة للحرب العالمية الرابعة تقوم - بحسب الاستراتيجي البلجيكي ف. ب. هوينغيه -^٢ على ثلات مزايا:

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

-الميزة الثانية: رمزية ورادعة: وتعني توجيه رسالة قوية للإرهابيين وللديكتاتوريين، 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 الكره الأرضية كلّها، وتعزيز السوق وحقوق الإنسان، فالمشروع الحربي الأميركي 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 شَكَلت «الهندسة اللاهوتية» للجيل الأخير من حُكّام الولايات المتحدة، كانت جاهزة لتبرّر حروبهم على عوالم، كان من المستحيل تكيفها أو مطابقتها، لقواعد العمل الأميركي في العالم إلاّ بالقوة. لكنّ المحافظين الجدد لم يكتفوا بعد الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١ بإشهار الحرص على أهميّة، ووجوبية، مثل هذه الاستراتيجية، بل إنّهم قطعوا شوطاً إضافياً في الطريق الذي يمنح «جنونهم الحربيّ»، بعده الرسوليّ. وثمة اعتقاد راسخ لدى هؤلاء يقوم على الادعاء بأنّ هناك استثنائية أميركيّة قوامها أنّ ما لا يحقّ لسوها في القانون الدوليّ وشريعة الأمم المتحدة، إنّما هو مباح لها؛ لذا لا ينفكّون يعلنون أنّهم يريدون الإمبراطوريّة . ولكن - كما يزعمون - هي إمبراطوريّة خيّرة لا تسعى إلى اغتصاب أيّ أرض، ولا إلى ظلم أحد. إنّهم 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 بيرل¹، الذي لقبه، المعجبون بأفكاره بـ «أمير الظلام»، (ليس من حلّ وسط لأميركا، إما النصر وإما الإبادة)، لم يكن كلامه هذا، من قبيل الغلواء الساذجة. كان يعني في العمق الطريقة التي ينبغي على الولايات المتحدة إلاّ تحدّ عنّها، وهي تؤسّس للقرن الحادي والعشرين.

كان بيرل يرمي، إلى ما سبق للفيلسوفة أميركيّة من أصل ألمانيّ، حنة أرندت²، 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

1. أحد أبرز المنظرين لنظرية الفوضى الخلاّفة 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 الكم الهائل من الجنون البشري الذي سجّله التاريخ...»^١.

المعلّقون على كلمات ريتشارد بيرل الأثيرة، ذهباً في الاستدلال إلى «بؤرة المعنى»، فوجدوا أنّ المحافظين الجدد، باقتناعهم أنّ على الولايات المتحدة إزالة محور الشرّ أو الزوال، وبتغذيتهم خطاب السيطرة المطلقة باسم وضعية الضحية، إنّما يضعون أنفسهم عن قصد في السياق الصوفيّ، بينما هم يُتهمون غالباً باللأخلاقيّة.

مثل هذه الإشارة، تنطوي على أهميّة خاصة، لجهة تشكّل العمارة الأيديولوجية المركبة للأهواء السياسيّ الأميركيّ، وللأهواء 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 السخيف إرجاع خطاب الحرب الشاملة ضدّ «الإرهاب» و«الدول المارقة» إلى «سذاجة» مزعومة، أو إلى «وحشية» أميركيّة، فالحقيقة أنّ فعل مثل هذه السياسة لا يعاني من قلة التمحّص بقدر ما يعاني الغلوّ الأيديولوجيّ. فالإيديولوجيا، على ما هو معروف، هي في بعض المجالات قناع للمصالح، وهي التي تحددّ أيضاً، ما يعتبره كلّ واحد، أنّها مصالحة. ثمّ إنّها تقود أحياناً إلى توسيع في الوسائل بالنسبة إلى الغائيّات، وبالتالي إلى مقاومة مثلّ الإرهاب والاستبداد والتكنولوجيا المنتشرة لأسلحة الدمار الشامل. وبهذا المعنى فإنّ في الإيديولوجيا التي تمثّل أهواء ومصالح الجماعة البشرية، جانباً احتفاليّاً - كما

يبين آلان بيزونسون^١ المتخصص في الشؤون الشيوعية: فهي (أي الأيديولوجيا) على ما يقول - تدّعي إقامة حقيقة أكثر واقعية من الحقيقة، وذلك بقوّة الخطاب وحده. وهذى هي بالضبط، حقيقة المحافظين الجدد. وسيبدو هذا الملمح بعضًا يسيراً من جنون «الجيل الرابع» الذي ينطلق بلا هواة 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، أنَّ المخطوطات والبرامج الاستراتيجية التي تحكم التزاعات الدولية، باتت سلعة إعلامية عبر الأثير. وهذا لا يعود بالطبع إلى شعور مراكز القرار بلا جدوى أهميّة الاحتفاظ بالأسرار. بل على العكس، فإنَّ كثيراً مما كان يعتبر سرّاً استراتيجياً أصبح مادةً للتسويق بما يؤديه من خدمات للمصالح العليا. وهذا ما حصل بالفعل عندما تحولت شاشات التلفزة العالمية إلى نوادٍ للمناظرات حول قضايا في غاية الحساسية والخطورة. فقد أعلن المحافظون الجدد المتعلّقون 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 يتّألف من هؤلاء: الإرهابيون، السلفيون، الشيعة، الاستباديون، 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 كلّ الصعد ضدّ أيّ خطر متوقّع، سواء أ جاء 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 الإرهابيّ، قد يأتي من كلّ مكان من دون أن تُكبح عوامله باعتبارات السيادة أو توازن القوى. على العكس، يجب القيام - بحسب هؤلاء - بالهجوم على أرض الخطر في العالم العربي والإسلاميّ، وزعزعة الأنظمة السيئة.

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

خامساً: الخطر ينافي متطلّبات الأمان المطلق. من هنا، الضرورة المزدوجة، للمراقبة الشاملة والقدرة على الردّ ضدّ كلّ المخاطر. وهذا يقود إلى هيمنة العلم على كلّ شيء، كما يقوم على الشعور بامتلاك قوّة كليّة القدرة والجبروت..

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

- الزمن: لأنّه يجب العمل بسرعة قبل فوات الأوان.

- الصورة: 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 الحاكمين بامتلاك الكلمات وبممارسة تلك الكلمات. فقد جعل الجيل المذكور للزمن الجديد لاهوته الخاصّ. اللاهوت الذي يقوم على تقديس ما وضعيه المؤسّسون الأوائل، من رؤية رسالية ولادة أميركا، وكذلك على تقديس كلّ سلوك وممارسة تفضي إلى الغاية، ولو كلف ذلك سقوط ملايين الضحايا.

مع نهاية الحرب الباردة، وسقوط التوازن لمصلحة الأحادية، سوف ينفتح فضاء العالم ليخرج التفكير الأميركي الأعمى 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 أنّ هذه المعادلة هي حصيلة تحولات واقعية لمسار التطور العالمي، إلا أنّها «المعادلة» الأقل ثباتاً في التاريخ، ذلك لأنّها تشقّ سبيلها بواسطة القوة المضطّبة. وتبعاً لسياق كهذا، فمن غير المقدّر أن يفلح العالم المكتظّ بعوامل الصدام، في العثور على منطقة الاعتدال والتسوية والتوازن.^٢.

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

١. م. ن.

٢. م. ن.

محمية من جانب حرس من الأكاذيب». وهذه المأثورة، التي ستحول في الثقافة السياسية للمحافظين الجدد، إلى ما يشبه الأطروحة، ليست بعيدة من فلسفة التبرير الذي هو سمة راسخة في التاريخ الأميركي. وهو ما سيُظهر لنا، بما لا يقبل الغموض، الطريق الذي تمتزج فيه الأكاذيب السياسية بالحقائق الإستراتيجية^١. كثيرون منمن يأخذون بهذه الاستعارة الدرائعة هلّوا لرامسفيلد في كشهده الجديد، لكن بالنسبة إلى ناقدية، سواء في واشنطن أم في بقية عواصم الغرب، فإنّ هذه الأطروحة تعيد استشارة تاريخ الفلسفة الحديثة أكثر مما تستثير تاريخ الحرب العالمية الثانية.

مع ذلك، فإنّ الأخذ بها من جانب فريق البيت الأبيض، يجري على سبيل دفع الحجّة، بعدما بلغ سيل الانتقادات والتهم حدّاً غير قابل للتراجع. ففي الأعوام التي تلت سقوط بغداد شاعت عبارة «حرس من الأكاذيب»، للتدليل على دور الأجهزة الاستخباراتية والإعلامية، في إقناع الرأي العام، بذوافع الحرب، وتبرير نتائجها رغم موجات الاستنزاف والخسائر التي يتعرّض لها جيش الاحتلال، سياسياً وعسكرياً ومعنوياً.

٦. سلاح الإعلام: حرس من الأكاذيب

امتلأت الفضاءات الإعلامية بما لا حصر له من الوثائق، والصور، والمعلومات حول وجود أسلحة الدمار الشامل، وحول علاقة نظام صدام حسين المنهاج بتنظيم القاعدة، وبأحداث الحادي عشر من أيلول / سبتمبر، لكن سيأتي بعد أسبوع قليلة من داخل مراكز القرار في الولايات المتحدة، من يرى أنّ كل ذلك محض «أكاذيب». وسيمضي عدد من الباحثين الأوروبيين إلى القول: «إنّ أهداف

الحرب التي أعلنت عنها واشنطن لا يظهر فيها أي تماسك منطقي. أمّا أفضل الحجج الفكرية الدافعة للحرب فهي كانت على العموم التكتم والنكران...»^١. لقد سعت إدارة المحافظين الجدد، مستغلة تدمير برجي التجارة العالمية في نيويورك، إلى توسيع دوائر التضليل تحت شعار «الإتحاد من أجل السلام». ومؤدّى هذا الشعار الذي يطوي في ثناياه آلية مبتكرة من الديماغوجية السياسية المحكمة، هو إعادة إنتاج قناعات لدى الجمهور الأميركي، تبرّر الانتقادات الجادّة من قبل «بوش يكذب»، أو «هناك أميركيون يموتون». صحيح أنّ هذه القضية بمجملها أثارت مسألة أخرى متصلة بسابقتها، إلّا أنها قد تكون أكثر إقلالاً أيضاً، وهي الجذور الفلسفية للأيديولوجيا التي تقف على رأس «الثورة المضادة البوشية»^٢. يجمع مؤرّخو الممارسة السياسية الأميركيّة، على وجود شغف لافت لدى قادة الولايات المتّحدة، قواهـ: صناعة الأكاذيب، وتشكيل حرس من المفكّرين والإعلاميّين، ومرتكز الأبحاث لتسويغها وتسويقها.

لقد غدت الولايات المتّحدة في قلب عولمة متطلّبات التبرير - كما يلاحظ آريال كولونوموس - فالدولة الأميركيّة هي ورثة تاريخ طويل في المجال «الأخلاقي». وطبقاً لتاريخها «الطهراني» الذي أضافه عليها البروتستانتيّة الزهدية، حرصت على الاضطلاع بدور «منارة الإنسانية» على حد التعبير الذي استخدمه جون فوستر دالاس في السبعينات، وفي مرحلة متّأخرة ستلعب عناصر جديدة في المجتمع المدني دوراً رئيسياً في صعود قوي لتلك النّظرة المثالية المتّجدة^٣.

١. هويني، الجنون الاستراتيجي في الحرب العالمية الرابعة، م. س.

٢. ميسون، الأكاذيب الورعية 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 تفترضه شروط الهيمنة الجيواستراتيجية.

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. أمّا الآن، فإنّ الظهور البين للمجتمع المدني أرغم الدول والمؤسسات على تقديم حسابات حيال أشكال الرقابة الجديدة هذه، وأصبحت معارضه 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.^١

أمّا بالنسبة إلى أميركا على وجه الخصوص، فقد اتّخذت أيديولوجية التبرير لديها مناخ استثنائي، وذلك طبقاً للمنسوب العالي جداً من أيديولوجية الهيمنة. كثيرون من مؤرّخي سياسة أميركا الخارجية حلّلوا «المسارات الأخلاقية» لهذه الدولة، فأدراجوها ضمن استمرارية هيمنتها.

من هؤلاء، المؤرّخ تومي سميث، الذي ذهب في طرّحه إلى حدّ اعتبار أنّ «الويسونية»، وهي تصوّر أخلاقيّ لسياسة تتطلع إلى جعل العالم ديمقراطياً، تشكّل الخيط الأحمر في تاريخ أميركا للقرن العشرين. وبحسب سميث، أن الرئيس رونالد ريجان، 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 استوحي القادة الأميركيون دوراً مباشراً من الأخلاقية الراصدة، ليمنحوا أميركا صفة «القوّة المهيمنة الخيرية».^٢

١. هويعي، م. س، ص ٤٥.

٢. تشومسكي، نعوم - من يدير العالم، نقلًا عن موقع Zmeg.org ٦/٦/٢٠٠٤.

٧. لاهوت الإعلام مثلث الإرهاب والديمقراطية والهيمنة

الوجه الأبرز في المثال الإعلامي الأميركي سيجري الإفصاح عنه إثر ١١ سبتمبر حين تخوض مؤسسة الحرب الأميركيّة حروبها ونزاعاتها الدوليّة والإقليميّة بلغة دينيّة. يقول «ويليام رو»، وهو أحد الذين عملوا في الخارجية الأميركيّة إِنَّه بعد الهجمات التي تعرّضت لها بلاده في ١١ سبتمبر أصبحت أنباء الحرب ضدّ الإرهاب تهيمن على وسائل الإعلام الأميركيّة على حساب القضايا المحليّة والأجنبية الأخرى. وكرّست الصحف الأميركيّة العديد من صفحاتها لنشر المعلومات المتوافرة، عن حياة وخلفيّة المشتبه بهم من الخاطفين الذين نفذوا الهجمات. وبدأ الكتاب الأميركيّون يركّزون في مقالاتهم وموضوعاتهم وكتاباتهم على الإسلام السلفي في المملكة العربية السعودية أكثر من أيّ يوم مضى. وهذا يعود إلى أنّها الدولة التي جاء منها معظم المشتبه بهم في الهجمات. وبثّ وسائل الإعلام الأميركيّة آراء لكتاب وخبراء الأميركيّين يوجّهون فيها اللوم للسعوديّة والدول الشرقيّة الأخرى؛ لأنّها - على حدّ زعمهم - وفرت البيئة الملائمة لولادة نشاط الإرهابيّين. ويعزّزون ذلك إلى المناهج التعليميّة الدينيّة في تلك البلدان وغياب الديمقراطية وحرّية التعبير^١. إنّ ما يريده الكاتب الأميركيّ من ذلك هو التأكيد على انحراف الإعلام على الجملة في الحملة الحرريّة التي تقودها بلاده بقطع النظر عن صدق مبرراتها. والى هذا يشكّل هذا النموذج الأميركي للإعلام صورة دراميّة عن تدهور الحالة العالميّة وبؤسها. وعن التناقض الصارخ بين نظامين من أنظمة القيم، بين نظام التوازن الذي ساد الحرب الباردة، وبين التجربة العالميّة المحكومة بما يسمّى نظام الفوضى. لقد رسم

١. رو، الاختلاف بين وسائل الإعلام العربيّة والأميركيّة.

زينغيو بريجنسكي^١ منذ ما يزيد على ثلث قرن صورة متوقعة 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 وتنتزعها من مراسيها التقليدية. إنّ الثورة التكنولوجية تزيد من تنوع الظروف الإنسانية وألوانها. فهي توسيع الهوة في الظروف المادية بين بني البشر حتى وهي تقلّص قدرة الإنسان الذاتية على تحمل هذا التباين».

فالعالم الثالث برأي بريجنسكي هو ضحية الثورة التكنولوجية. وسواء ألمت البلدان الأقل تطويراً بسرعة أو ببطء أو لم تنم أبداً، فإنّ معظمها على الأغلب لا مفرّ له من أن يستمرّ، وقد سيطرت عليه مشاعر قوية بالحرمان النفسي. ففي عالم متشابك إلكترونياً لن يكون التخلف المطلق أو النسبي محتملاً، خصوصاً عندما تبدأ البلاد الأكثر تقدماً بتخطي المرحلة الصناعية التي ما يزال على البلدان الأقل تطويراً أن تدخلها. وهكذا لم يعد الأمر أمر «ثورة لطموحات متضاغدة، فالعالم الثالث اليوم يواجه طيف الطموحات التي لا يمكن إشباعها»^٢.

لقد أدى التطور اللامتكافي في نظام عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية إلى خلق سيرورات متناقضة لا يمكن أن تبعث في يوم من الأيام على الطمأنينة. ومن البديهي والحال هذه أن يجري إخضاع القيم والبنيات الأخلاقية في المجتمعات «العالم الثالثية»، وخصوصاً المجتمعات الأهلية فيها. فإنّ ذلك ما يسهل ديناميات سيطرة رأس المال المالي والإلكتروني والحربي. والحاصل هو أنّا أمام أمر متناقض كلّ التناقض بل ويتضاعف تناقضه كلّما مرّ وقت إضافي على بقاء عالم ما

١. مفكّر وسياسيّ أمريكيّ من أصل بولندي، شغل منصب مستشار الأمن القومي في عهد الرئيس الأميركي 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 تفتقّداً في الوقت عينه. ففيما اتجهت أوروبا إلى التوحّد الكامل عبر إلغاء الحدود القومية التقليدية، ونَحَت الولايات المتحدة الأميركيّة إلى تقديم نفسها كدولة عالميّة،... وفيما يجعل نظام المعلومات والاتصال عبر الأقمار الصناعيّة والإنترنت العالم كله مشاركاً في مشاهدة ومعرفة ما يحصل حتّى في الأحياء المغلقة والغيتوات الإسمتيّة، يبدو العالم متّجهاً أكثر إلى مغادرة قيم الاستقرار والولايات الأميركيّة التقليديّة»^١. هكذا بدا المشهد العالميّ وهو يختتم الألف الثاني، وهكذا يبدو، على نحو أشدّ وهو يمضي قدماً في رحاب الألفيّة الثالثة. ولن يكون له على الأرجح سوى المضيّ مسافات زائدة في تعميم الضلال الأعمى إلى أبعد حدّ ممكناً. فالتسابق نحو الاستحواذ والسيطرة هو سمة هذا المشهد اليوم، والى مدى غير منظور. والخطير في هذا المجال من التطور هو اعتقاد مؤسّسات القوّة والهيمنة التي تديرها على الأخّص الولايات المتحدة الأميركيّة بأنّها في هذا إنّما تصنع واجباً عالميّاً أساسياً. وهو في اعتقادها واجب أخلاقيّ تملّيه مصلحة الإنسانية بأجمعها؛ الأمر الذي سيؤدي بها - وهو ما يوضع أمامنا بصورة يوميّة - إلى ممارسة أبشع الأفعال اللاأخلاقية، وذلك باسم الحفاظ على الأمن الدوليّ والديمقراطية وحقوق الإنسان، منظوراً إليها بوصفها درجة عليا من الأخلاق.

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

١. م. ن. ٧٤.

٢. شوسودوفסקי، كيف تصنع المجاعة؟.

بنيويٌ في بداية الثمانينات. وكان من نتيجته أن تعرّض للخطر الفطيع التوازن القائم بين القطاع «البدوي» من السكان والقطاع المستقر «الحضري» (...). وعندما بدأت عمليات إعادة «تنظيم» موازنة الحكومة الصومالية تحت إشراف المؤسسات الدولية - وهي مؤسسات تدار في معظمها بعقل أميركي أساساً - نتج عنها نهب منظم وتدمير للزراعة. فانهارت البنية التحتية وانخفضت النفقات المخصصة 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 البنيوي، لا جباره على سداد الفوائد. وما حدث بعد ذلك معروف: انهارت الدولة، واندلعت الحرب الأهلية وتفشّت المجاعة.. وفي النهاية جاءت عملية «إعادة الأمل» التي لا نزال نشهد آثارها المدمرة إلى اليوم.

النموذج الصومالي يعكس ظاهرة دولية صارخة في طريقة تعاطي الشركات الكبرى، ولا سيما منها الإعلامية مع الشعوب. الأمر الذي أنتج في غير بلد أفريقي وأسيوي مجاعات، وحرّوباً أهلية لم تنته إلى الآن.

وعلى ما يبدو فإن مؤسسات التوجيه الإعلامي الأميركي ماضية في إنتاج ثقافة الاستهلاك. فهي تذهب إلى ما يشكل صوغًا لاستراتيجيات فكرية تقدم الولايات المتحدة بوصفها معطى أرسلته السماء. ولعل البرنامج التعليمي الذي نظمه لمحطّات التلفزيون الكبّرى الرّعيم الجمهوري في مجلس النواب نيوتن غينغريتش في مطلع التسعينات هو أحد الجهود الآيلة إلى «أسطرة» أميركا وسياساتها وأنماط حياتها. إنه يدعو لتناول التاريخ الأميركي 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 أن

هدف برامجه التعليمية المتلفزة هو غرس الذهن بقيم الأساطير القديمة، لكي يكون التاريخ الأميركي نقىًّا وصافىًّا، ومقبولاً، من الأجيال. وعلى أيّ حال فإنّ غينغرىتش الذي يؤمن بالإيديولوجيا إيماناً راسخاً ويصفها بأنّها «قنبلة في الرأس» هو كسواه من الإيديولوجيين الأميركيين في هذه الأيام لا يجدون ما يعملون عليه سوى الذهاب بعيداً في الاستيلاء على العقل وبثّ أخلاق السيطرة والقوّة على النطاق العالميّ. وهذه أوليّات إعلامية توصيلية غايتها تعميم قناعات ثابتة لدى شعوب العالم، وبخاصة شعوب «العالم الثالث» برسالية القوّة الأميركيّة وسموّها.

لكن جيمس كورث أستاذ العلوم السياسية في الجامعات الأميركيّة، يقدم انطباعاً مخالفاً عما تذهب إليه أخلاقيّات التمجيد، فيرى «أنّ الدور الذي تلعبه الولايات المتحدة في الصراع الهائل بين المنظمات الكبرى ووسائل الإعلام العالميّة والشركات متعدّدة الجنسيّات، سيتوقف على نتيجة صراع آخر أكثر إيلاماً؛ ذلك لأنّ الفترة الأولى من تاريخ ما بعد العصر الحديث ستتضمن صراعاً موازيّاً، وحرّباً أهليّة داخل الولايات المتحدة بين المؤسّسات المتعدّدة الثقافات والتسلية الجماهيريّة من جانب، والثقافة القوميّة والتعليم الجماهيريّ من جانب آخر. ومنذ الآن - يضيف كورث - يبدو أنّ معسّكر ما بعد العصر الحديث هو الذي سيسود، وإذا ما حدث ذلك فإنّ الولايات المتحدة بالمعنى التقليدي للشعب الأميركيّ وحكومة الولايات المتحدة، لن تكون هي الممثل، بل المترفّح - بل حتّى المسرح - لعالم ما بعد العصر الحديث، وستصبح متلقّياً للتاريخ لا صانعاً له»^١.

إنّ مثل هذا المال لدولة تمسّك بناصية الإعلام وإنتاج أخلاق الاستهلاك لن

١. كورث، ما تزال أميركا أمّة؟، ٢٠.

يفضي، على الأغلب، إلّا إلى المزيد من تفكيك العالم وأنظمة القيم فيه. على النسق الإيديولوجي إيه لا ينفك منظرو الفرادة الأميركيّة، عن ابتعاث مروحة من الأفكار، لا يقصد منها سوى منح السيطرة مشروعيّة الاستمرار والترانّم لتأخذ صعيدها المعرفي والثقافي. ويتحدّث معظم هؤلاء بلغة اليقين، ودائماً عبر آليّات الإعلام، بهدف خلق اعتقادات في المجتمعات الدوليّة، وخصوصاً الأوروبيّة، فضلاً عن «مجتمعات الأطراف» مؤداها التسلّيم بنمط الحياة الأميركيّة كقدر لا مناص منه. وها هو دانيال بيرتون، أحد البارزين في قطاع الاتصالات يرى «أن الولايات المتّحدة. بصفتها رائداً في اقتصاد الشبكات سوف ترسم تطّور هذا الاقتصاد. ذلك أنه ليس هناك أيّ دولة أخرى في العالم تملك المؤهّلات اللازمّة لتوّجه تطّوره، فهناك وجود برمجيّ هائل، ومصنّعو مواد على مستوى دوليّ وصناعة ديناميكيّة ذات محتوى جيد، وقطاع اتصالات كامل الخصوصية. وقاعدة صلبة لرأسمال جسور، وسوق عمل مرن، ونظام جامعيّ لا نظير له».

يضيف بيرتون أننا في النهاية نتجه نحو عالم للشبكات يتكون من مجتمعات إلكترونيّة تجاريّاً وثقافيّاً، عالم يعمل على تدعيم مكانة الولايات المتّحدة كأمّة من بين الأمم الأخرى، ولكنّها في الوقت نفسه، وعلى التقىض من ذلك، أمّة تعمل على تفكيك نظام الدولة - الأمة¹.

يكشف هذا الكلام عن أحد الوجوه الأكثر عناية بالاهتمام في الخطاب الثقافي الأميركيّ، وهو ذاك المتّصل بالرغبة في تخلّي الرابطة القيميّة التي نشأ عليها مبدأ الدولة - الأمة، تريّد الطبقة السياسيّة الحاكمة في الولايات المتّحدة أن تقيّم عالماً يشبهها في الغرب وفي العالم أجمع، أي دولة عالميّة سماها أحد

1. Nye, "American Information Edge".

الخبراء الأميركيين وهو جيمس كورث بـ«المؤسسة الأميركيّة»، التي ذهبت ابتداءً من نصف القرن المنصرم إلى جعل مصلحة الدول - الأُمّة، مثل بريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، واليابان تتفق مع تجاوز مفهوم الدولة - الأُمّة، عن طريق العضويّة في عدد منظمات دوليّة كال الأمم المتّحدة ومنظّمة الدول الأميركيّة، وحلف الأطلسيّ، والغات، وصندوق النقد الدوليّ، والبنك الدوليّ وسواها. وخلاصة القول إنّ الدولة الأميركيّة مثلها مثل تلك الدولة التي قامّت في أوروبا واليابان، نفذت مشاريع كبرى في الأبعاد الثقافية والأمنيّة والاقتصاديّة للحياة الاجتماعيّة. لكن على خلاف الدول - الأُمّة الأخرى، فإنّها فعلت ذلك على نطاق قاريّ هائل الحجم حقّاً. بل إنّها حتّى وهي تفعل ذلك كانت تنشئ أيضًا عالم ما بعد العالم الحديث، وبذلك مهّدت الطريق لزوالها كدولة / أُمّة.

٨. الإعلام كمنتج لكونيالية جديدة

كانت بداية التسعينيات ذروة ما وصلت إليه التجربة الأميركيّة لجهة نزع القيم التي تقوم عليها مبادئ الدولة - الأُمّة. لتنتقل بعد ذلك إلى زمن الهيمنة على العالم؛ وهو زمن يُسمّى بـ«تخطي الاتّكاء على جيوش تقليديّة كبيرة»، تقوم على التجنيد الإجباريّ الجماهيريّ وتوفّر الدفاع القوميّ. وذلك باتجاه تشييد ما يسمّى بـ«مجتمع ما بعد العصر الحديث» الذي يقوم أساساً على وجود الأسلحة النوويّة، التي توفّر الردع الموسّع، والأحلاف الدوليّة الدائمة (مثل ما حدث مع الحلف الأطلسيّ) وعلى التكنولوجيا الراقية، والأسلحة الموجّهة بدقة والأسلحة الشبح، مما يوفّر القوّة العسكريّة لتحالفات دوليّة مؤقتة كالّتي حصلت في حرب الخليج الثانية والتي حصلت على نحو مدوّ في الحرب على يوغوسلافيا، وصولاً إلى المثال الأفغانيّ والذي عدّه كثيرون من الاستراتيجيّين الغربيّين مثلاً قابلاً للتكرار

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

إنَّ الوجه الإعلامي للتطور الأميركي شكلَ الآلية المتقدمة لظهور الإمبريالية المفتوحة. وكان بدبيهياً أن تؤدي الشبكة الإعلامية الهائلة مهمتها الكبرى باتجاه تفكير أنظمة القيم في العالم. وإذا كانت مجتمعات الأطراف أو ما يصطلاح عليها بالدول النامية آثرت خيار التلقّي والامتثال عموماً للهيمنة الإعلامية والثقافية – الأميركيّة، 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. حتى أنَّ الحكومة الكندية استشعرت هذا الخطر وأعلنت على لسان السيدة شيلاكوبس النائبة السابقة لرئيس الوزراء وزيرة المالية لعام ١٩٩٧، وجوب مواجهة ما أسمته بـ«الإمبريالية الثقافية» وأكّدت أنَّه إذا أصرَّ الأميركيون على فرض هيمنتهم على المجتمع الثقافي العالمي باستخدام الأدوات المتاحة لهم، فإنَّ عليهم أن يتوقّعوا إجراءات مضادة.^٢.

المسألة بالنسبة للمؤسسة السياسية الأميركيّة لا تتعلق بالأخلاقيات المجرّدة، وإنّما أساساً وقبل أيّ شيء بملاءمة النشاط الإعلامي والثقافات المنتجة في سياقه، مع الدرجة التي بلغها تطوير شبكات المصالح والنفوذ في العالم، لذا فإنَّ الآليات الإعلامية تقصد بشكل منهجيّ وعميق إعادة تشكيل الوعي الجماعي العالميّ، وتكييفه على نحو يناسب حاجات الإمبريالية

١. انظر تعليقات الصحافة الأميركيّة في هذا الصدد، وهي تغطي ردّات الفعل الداخلية على حرب أفغانستان في سياق التحول الأميركي العام بعد أحداث ١١ أيلول (سبتمبر). وظهور مصطلحات جديدة كـ«الدول المارقة» و«محور الشر» و«الحرب على الإرهاب».

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

المفتوحة، فثورة التكنولوجيا الإعلامية، كما يؤكّد الكاتب الفرنسي إيناسيو رامونيه، تتطلّع لإحلال الحاسوب محلّ العقل البشريّ، وتسارع هذه العقلنة العامة لأدوات الإنتاج بفعل التوسيع الكبير في الشبكة الجديدة للاتصالات، وبذلك ينشط الإنتاج وتحتفي بعض المواد وتفجر موجة البطالة والعمل المؤقت (...). أمّا في الميدان الاقتصاديّ، فالسائد هو ظاهرة العولمة، أي الارتباط المتزايد والوثيق بين اقتصادات بلدان متعدّدة، وتهّمّ هذه العولمة أساساً القطاع الماليّ الذي يهيمن من بعيد على الأجهزة الاقتصادية وتعمل الأسواق المالية طبقاً لقواعد وضعيتها لنفسها، وباتت من الآن فصاعداً تفرض قوانينها الخاصة على الدول ذاتها، في حين على صعيد العلاقات الاجتماعيّة أحدثت ثورتا الإعلام والاقتصاد أزمة في مفهوم السلطة، وبعد أن كانت هذه حتّى عهد قريب عموديّة أبوية مهيمنة، باتت الآن تزداد أفقيةً وفق ترکيب شبكيّ - بفضل تقنيات الاستقلال الإعلاميّ - وتوافقيّ. وفي ذلك تغيير جذريّ لهوية السلطة السياسيّة وممارساتها^١.

لم تكن التكنولوجيا التي أنجبتها العقلانية الغربية في أيّ يوم بريئة من غaiاتها السياسيّة، وكذلك لن تكون ثورة المعلومات التي اختتمت قرناً واستهلّت قرناً آخر بريئة من داء التسييس.

الخاتمة

قد يأتي يوم لا يجد الغرب فيه ذريعة لمعاركه الإعلامية والثقافية 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، «موظّف كندي يلمّح بإمكانية محاربة هوليوود تجاريًّا».

إجراءات الهيمنة التي شغلته على امتداد الأحقاب الكولونيالية المنصرمة. وكما سبق وأشارنا في هذا الفصل فإنّ صورة الشرق المسلم كما يراها الغرب ويستغلّ عليها هي صورة تكتظّ بمفردات العنف، بينما يعكف جهازه الدعائي على قلب هذه الصورة ليجعل من الجغرافيا العربية والإسلامية حقلًا خصيّاً لاستنبات ألوان جديدة من عمليّات الغزو الثقافيّ.

لقد لاحظ عدد من الباحثين في فلسفة «الميديا» المعاصرة أن لا شيء أكثر مداعاة لغواية التدخل المتجلّد في المجتمعات العربية والإسلامية من ذريعة الحملة على الإرهاب والقضاء عليه. ولقد أفلحت الصناعة الإعلامية الغربية في إنجاز مساحة وازنة من عمليّات توظيف ثقافة العنف على مدى عقود متواصلة. ولعلّ المفارقة التي تظهر عند هؤلاء، هي أنّ الإرهاب لم يعد مجرد مفردة وافية من خارج، بل هي ستغدو مقوله تُسوّق ويُعاد إنتاجها بشغف نادر من جانب النخب المحلّية. ولو كان لنا أن نمضي في استبيان القضية المطروحة، لقلنا إنّ المشكلة لا تتمكّن في المبدأ الأخلاقيّ للموقف الذي يدين العنف الأعمى، فهذا من بديهيّات الفطرة الإنسانية أنّى كانت انتماءاتها و هوّياتها القوميّة والدينيّة والحضاريّة، وإنّما في سياق الغزو الثقافيّ الشامل الذي يلعب فيه الإعلام دورًا حاسماً.

المشكلة - كما يقولون - تكمن في السياق الذي تندّرّج فيه مقوله الإرهاب بوصفها مقوله صنعتها الإعلام الغربيّ بمفردات لاهوتية صريحة، ومهّدت لها أرض المشرق العربيّ ومغاربه. ثمّ مضى بها إلى الحدّ الذي وجدت من يحملها عن ظهر قلب من المثقّفين والخطباء والمفكّرين. فلو نظرنا قليلاً إلى (شريط الإخبار) من أوّله، لَحِقَ القول إنّ الحرب المفتوحة على الإرهاب، هي حرب الغرب على منتج صنعته الغرب نفسه بإتقان، ليجد له سبيلاً إلى

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

كتب الصحافي البريطاني روبرت فيسك مقالاً في صحيفة «الإندييندنت»، تحدّث فيه عما أسماه «دين الغرب الجديد» وفيه يتساءل: «لماذا لا يتوقف الغرب عن نشر القنابل وقدائف اليوانيوم المخصب على شعوب الشرق الأوسط، ولماذا لا يتوقف عن إرسال جيوشه لاحتلال أراضي المسلمين، وعن رشوة القادة العرب لسحق شعوبهم. ثم يضيف: أن العدالة لا تُصنع من المياه المالحة، حيث لا يزال قادة الغرب يرغبون في أن يحكموا العالم وهم يخاطرون بأوضاعهم وسمعتهم ومستقبلهم السياسي وحياتهم. وكل ذلك بذرية تسيل هذا المفهوم الغريب الذي يسمونه الحرب على الإرهاب، وهو في الحقيقة دينهم الجديد»^٢.

هذه الخلاصة من مقالة فيسك، تستظهر المستوى الذي بلغه نقد الغرب لنفسه حيال مقوله راحت تستحّلّ البيئات الثقافية العربية وترسّخ في أعماقها. أمّا دلالة الأمر، فهي تتعلّق بالبيان الإعلامي. ذلك بأنّ سميّ بـ«دين الغرب الجديد» المثقل بذرائعه، هو ثقافة مستحدثة آخذة في التحوّل إلى نظرية معرفة لدى نخب واسعة جدّاً في عالمنا العربي والإسلامي، ثمّ لتشتّت إلى فتنٍ شريرة في طول الأرض العربية وعرضها.

ليس من شكّ في أنّ التحوّلات التي أحدثها تفجير برجي مركز التجارة العالمية في نيويورك قد نقلت الخطاب الإعلامي إلى قلب الصدام العجاري بين المجتمعات العربية والإسلامية من جهة وبين مصالح الغرب ومطامحه.

١. حيدر، عقيدة الغرب المستحدثة.

٢. فيسك، «دين الغرب الجديد».

غير أنَّ التداعيات الأكثُر عمْقاً في هذا الصدام هو الأثر الثقافي والنفسي الذي تولَّده استراتيجيات الإعلام الديني على التواصل الحضاري بين الإسلام والغرب.

لائحة المصادر والمراجع

١. بودريار، جان ، «ماذا يفعل الغرب ضدّ الذين يقاتلونه 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، حرّاك دولة البوليس في كلّ مكان، النهار ١٢ / ٦ / ٢٠٠٢ . نقلها إلى العربية ناصر ونوس عن مجلة (زد) الأميركيّة الشهريّة.
٤. كورث، جيمس، ما تزال أميركا أمّة؟ مركز الدراسات الاستراتيجيّة والبحوث والتوثيق، بيروت.
٥. أرندت، حنة، الثورة والحرّية: رأي في الثورات، ترجمة خيري حماد، دار الكتب والوثائق القومية، القاهرة، ٢٠١١ .
٦. خليل حسين، قضايا دوليّة معاصرة، دار المنهل اللبنانيّ، بيروت.
٧. فيسك، روبرت، «دين الغرب الجديد»، «الاندبندت»، لندن، ١٥ / ٤ / ٢٠١٤ .
٨. بريجنسكي، زبيغنيو، بين عصرين، أميركا والعصر التكنولوجيّ، ترجمة محبوب عمر، دار الطليعة، بيروت. الطبعة الأولى . ١٩٨٠ .
٩. تيرنر، كريغ، «موظّف كندي يلمّح بإمكانية محاربة هوليوود تجاريًّا»، لوس أنجلوس تايمز، ١١ شباط (فبراير) ١٩٩٧ .
١٠. حيدر، محمود، لاهوت الغلبة، التأسيس الدينيّ للفلسفة السياسيّة الأميركيّة، دار الفارابي ومركز دلتا للأبحاث المعمقة، بيروت، الطبعة الأولى . ٢٠٠٩ .
١١. حيدر، محمود، عقيدة الغرب المستحدثة، البيان، دبي، ٢٦ / ٤ / ٢٠١٤ .
١٢. شوسودوفسكي، ميشيل، كيف تصنع المجاعة؟، لوموند ديلوماتيك، شباط (فبراير) ١٩٩٢ ، العدد . ٢١ .
١٣. شيلر، هربرت، الرعب الإعلاميّ من شؤون الرئاسة في واشنطن. لوموند ديلوماتيك، الطبعة العربيّة، الشهريّة، آب (أغسطس)، ١٩٩٧ .

١٤. وجهات نظر، العدد السابع والأربعون، كانون أول، ٢٠٠٢.
١٥. رو، ويليام، الاختلاف بين وسائل الإعلام العربية والأميركية، «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 - وتحديداً بدءاً من القرن العشرين - بدأت تظهر مشكلات أخلاقية ناجمة عن هذا التطور العلمي المستمر والمتألق، 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 والتكنولوجيا - مصر.

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

لماذا أخلاقيات العلم والتكنولوجيا؟

للإنسان كرامة تميّزه من بقية الكائنات الحية: كرامة المريض تتطلّب أن تعامله معاملة كريمة وأن تقدم له أفضل علاج متاح، ومن ثم أن تحمي حياته (أخلاقيات الطب)، وكرامة الإنسان تتطلّب أن يضع المهندس- ومنتج التكنولوجيا بصفة عامة- في اعتباره حياة الإنسان ورفاهيّته وهو يقدم المنتجات الهندسية أو التكنولوجية، إذ إنّ لكلّ نوافذ التكنولوجيا تقريرًا تأثيراتها في صحة الإنسان وحياته ورفاهيّته (أخلاقيات الهندسة والتكنولوجيا). وكرامة الإنسان تتطلّب أن تستأذنه قبل استخدامه مادّة بحث في تجربة، وتكون صريحةً معه بإعلامه بكلّ المنافع والمضارّ التي قد تنتج عن التجربة عليه (أخلاقيات البحث العلمي في مجال الطب والصيدلة). وكرامة الإنسان تتطلّب ألا تضرّه باحتكار بعض البضائع حتى ترهقه ماديًّا (أخلاقيات الإدارة). وكرامة الإنسان تتطلّب عدم الإضرار به والخاصّة بمنتجات التقانات الدقيقة (النانو-تكنولوجيا)، بحيث لا تظهر في السوق سوى البضائع التي تم اختبار سلامتها وضمان عدم إضرارها بالمستهلك، سواء على المدى القصير أو الطويل (أخلاقيات النانو-تكنولوجيا)، وكرامة الإنسان تقتضي ألا تقدم له صورة مزيفه للواقع تؤثّر في حكمه على مجريات الأحداث التي تدور في العالم حوله (أخلاقيات الإعلام).

يتسرّع التقدّم التكنولوجي في شتّي المجالات بصورة مدهشة، تاركًا لنا مشكلات أخلاقية لا يمكن أن نقف منها موقف المتفرّج. فها هو ذا الإنسان قد

شارف على أن يتمكّن من استنساخ إنسان آخر،وها هوذا قد أصبح في إمكانه أن يتحكّم في جنس الجنين القادم،وها هوذا قد أصبح في إمكانه إفناء الأرض ومن عليها بضغطه زرّ. فالاستنساخ وتحديد جنس الجنين وإفناء الكرة الأرضية نواتج تكنولوجية.ألا تشير مشكلات أخلاقية؟ وماذا عن المجتمعات مثل عالمنا العربي - المجتمع المتدين - الذي يحيل المشكلات الأخلاقية لرجال الدين ليحكموا له عما هو مقبول أخلاقياً (شرعًا) وما هو غير مقبول؟

لا شكّ أنّ الإجابة قد أصبحت واضحة.نعم: لا علم دون أخلاقيات توجّهه، وذلك إذا ما أردناه علمًا يخدم البشرية، ويحقق لليسان رفاهيّته. العلم كما أصوّره دائمًا عربة قائدتها الحكيم هي الأخلاقيّات، من دونه لا ضمان لوصول العربية بسلام إلى مبتغاها أي لا ضمان لتحقيق العلم لهدفه ألا وهو خدمة البشرية.

ماهية أخلاقيات الإعلام

قلنا إنّ «أخلاقيات الإعلام» مبحث فلسفي شديد الحداثة بالنسبة للفروع الأخرى من الأخلاقيات التطبيقية يعني 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 دائمًا 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 تسويغ 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 الجنسية في التلفاز أو السينما أمر يمكن تسويفه أخلاقياً؟ هل من حقنا أن نقلق بشأن عرض أفلام الرعب؟ هل يمكن تقديم تسويفات عقلية للرقابة بكل صورها؟ هذه هي بعض الإشكاليات التي يقدمها مبحث «أخلاقيات الإعلام».

هل هناك أخلاقيات في الإعلام؟

بداية فإنّه يجب أن نعرف أنّ الأبحاث التي تدور حول أخلاقيات الإعلام تسير في اتجاهين: اتجاه يرفض القول إنّ هناك أساساً ما يمكن تسميته بأخلاقيات الإعلام انطلاقاً من أنّ تصور أخلاق الإعلام هو في ذاته تصور متناقض ذاتياً؛ ذلك أنه كيف يمكن للصحيّ أن يكشف عن بعض القصص التي يريد الناس معرفتها إذا كان يجب عليه دائماً التحلّي بالأخلاقيات واحترام مشاعر وخصوصيات أولئك الذين يقوم بفضحهم؟ ثم إنّ نوع الأخبار التي ينشرها والطريقة التي يحصل بها عليها أحياناً ما تكون غير أخلاقية، كيف يمكن أن يكون هناك -إذاً- اتساق 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 يروج بضائعهم أكثر، أي عن فضائح الناس، إذ هي مصدر كلّ من الشهرة والمال للصحيّ. كيف يمكن -إذاً- أن تكون هناك أخلاقيات للإعلام أو للصحافة؟ وما يقوّي هذه النّظرة هي إصرار رجال الإعلام على ما يسمى حرّية التعبير. ثم إنّه 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 بالأخلاقيات.

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

الأخبار المهمة ذات الدلالة بما في ذلك عرض أشكال الفساد والغش والمسائل الأخلاقية التي تحدث في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ومن بعض السياسيين والحديث عن الجريمة المنظمة وفضح الثراء غير الشرعي لبعض الشخصيات، وهو ما جعل من الصحافة «السلطة الرابعة»، كما يسمونها، من حيث إنها من يملك مراقبة ذوي السلطة والنفوذ في المجتمع، فإذا كانت وظيفة الصحفي باختصار هي الكشف عن الفساد وفضحه، فإن هذا وحده يقف دليلاً على صلة الإعلام بالأخلاق، بمعنى أنه إذا كانت مهمتها الكشف عن المسائل الأخلاقية، فإنه يجب على رجالها أن يكونوا أبعد الناس عن هذا الذي يريدون كشفه وفضحه، فرجال الإعلام عليهم واجب أخلاقي يتمثل في الكشف بإخلاص عن الأعمال غير الأخلاقية، من هنا فإنه لكي يكونوا متسلقين مع أنفسهم فإن هدفهم يجب أن يتمثل في احترام المعايير الأخلاقية للسلوك التي يطلبون من غيرهم التمسك بها.

والجدير بالذكر أنه إذا كان فحص الممارسات الصحفية والتحقق من فهم العامة للدور الذي تلعبه الصحافة يندرجان أيضاً ضمن اهتمام الدراسات الإعلامية وعلم النفس وعلم الاجتماع، فإن هذه الدراسات جميعها لا يمكنها الإجابة عن السؤال: ما الذي يجب - وما الذي لا يجب - على الصحفي - من الناحية الأخلاقية - أن يفعله؟ إن البحث في الالتزامات الأخلاقية للصحافة والإعلام مبحث فلسيٍّ خالص من حيث أنه مبحث معياري.

أخلاقيات الإعلام - إذا - مبحث أخلاقي يعني بالبحث في تلك المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيداً، بمعنى أن المعايير الأخلاقية هي معيار التمييز بين الإعلام الجيد والإعلام غير الجيد، وبما أنه بحث في المعايير فهو على أساس مبحث فلسيٍّ. فما المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيداً؟

كما هي الحال في سائر المباحث الفلسفية، فإنّ 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 حذلت بالفعل، ذلك أنّ 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 بتصورنا لوظيفة الإعلامي.

لقد اختلف الباحثون حول تصور وظيفة الإعلامي، خاصة وأنّ تصور الإعلام من حيث إنّه السلطة الرابعة يكاد يكون أمراً متفقاً عليه. ومن هنا فإنّ السؤال هو ما الذي نعنيه بأنّ الإعلام هو السلطة الرابعة؟

أحد تفسيرات أنّ 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 - يؤدون عملهم الذي أنابهم الشعب على أكمل وجه. فإذا كان الشعب قد فوض أصحاب السلطات الثلاث في إدارة شؤونه من تشريع لتنفيذ لقضاء، فإنه يريد أن يطمئن إلى أنّ هؤلاء يعملون لصالحه، أي إنّ القوانين توضع ويتم تنفيذها لمصلحة الشعب، لا لأغراض خاصة، وأنّ رجال القضاء يحكمون بالعدل. العين التي تراقب هذا بالنيابة عن الشعب هي الصحافة. من هنا كانت هي السلطة الرابعة،

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

إلا أنّ هناك رأياً آخر يذهب إلى أنّ هذا التصور لوظيفة الإعلامي يضيق من إطار هذه الوظيفة، أو أنّه يحصرها في الإعلام السياسي وحسب. فالناس تهتم بالمثل بأخبار نجوم الكراة والمسرح والسينما والحوادث وغير ذلك من الأمور، من هنا فإنّ وظيفة الإعلامي هي نقل الأخبار التي تهمّ الناس من حيث إنّهم كائنات بشرية، لا أن تحصر وظيفته بالإعلام السياسي.

هنا نجد أنه حتّى مع هذا الرأي، فإنّ الإعلامي يجب أن يتّصف بالصدق؛ ذلك أنّ الصدق هو ما يساعد الناس على الحكم على شتّى أمور الحياة التي تنقلها له وسائل الإعلام حكماً صحيحاً. أمّا تشويه الأخبار بالنقل المتعاطف أو الجزئي 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 أنّ وظيفة الإعلام تسلية الناس، وهو ما يعني أنّ ميل الناس ورغباتهم هي ما تحدّد الأجندة الإذاعية، أو تحدّد نوع القصص والأخبار التي يريدها الناس أو تكون مثار اهتماماتهم.

يرى المعارضون على هذا الرأي أنّ جعل رغبات الناس وميولهم هي المحدّد المطلق للخدمات الإخبارية التي يقدمها الإعلام سيؤدي حتماً إلى إعلام سيء؛ لأنّ ذلك لن يؤثّر على نوع الأخبار المختارة للعرض والتي قد تهمّ الناس فقط، ولكنّه سيؤثّر أيضاً في طريقة تغطية الأخبار؛ إذ سيعتمد بالضرورة على إستشارة مشاعر الناس أو محاولة جذب تعاطفهم أو عرض القصة أو الخبر من الزاوية التي تجذب المشاهد أو المستمع أو القارئ، وهو ما يعني البعد عن الحقيقة

والموضوعية في عرض الخبر، فقد يكون الخبر صحيحاً، ولكن الواقع التي يتم اختيارها للتركيز عليها في النشر دون غيرها من وقائع الحدث، ونبرة المراسل الصحفي أو المحلل والألفاظ التي يختارها للتعبير بها، كلّ هذا قد يمثل الحدث تمثيلاً سلبياً للدرجة التي قد ينتهي بها المتكلّي إلى الانطباع المعاكس تماماً للانطباع الذي كان يجب أن يخرج به المتكلّي إذا ما تم نقل الخبر نقلًا موضوعياً. ولكن أليس لهذا الصدق الواجب على الصحفي أن يلتزم به حدود أو استثناءات؟

مما لا شك فيه أنّ الأمّن القومي يعدّ أحد استثناءات هذا الصدق الواجب على الإعلامي أن يلتزم به. إذا ما شعر الإعلامي أنّ قصّة ما من شأنه أن يوقع الضرر بمجتمعه، فلا شك أنّ الامتناع عن الإعلام بالخبر هو التصرّف الأكثر أخلاقيّة في هذه الحالة، فهو أفضل من الكذب أو القصّ المتجرّئ. ويندرج تحت مبدأ أنّ دفع الضرر يقدّم هنا على جلب المنفعة.

الموضوعية

على الصحفي - إذا - الالتزام بالموضوعية في نقل الخبر أو الواقع 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 تم عرض المادة الإعلامية من زاوية محدّدة لأنّه يرى أنّ هذه هي الزاوية الصحيحة التي من خلالها يتم عرض مادّته عرضاً أميناً، فعليه أن يضع دائمًا إمكانية أن تكون هناك زوايا أخرى من الممكن تفسير الموضوع من خلالها. كذلك تعني الموضوعية ضرورة تحقق الإعلامي من صحة وشمولية مصادرها.

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 التتحقق للأسباب الآتية:

١. إنّه حتّى على افتراض أمانة الصحفي ورغبته الصادقة في النقل والعرض
الموضوعي للخبر، فإنّ لكلّ مّا بالضرورة - من حيث إنّنا بشر - رؤيته الخاصة
وتصوّره الخاصّ لأمور الواقع، من هنا ينشأ التساؤل: ألن يتأثر الصحفي - رغمًا
عنه - بهذه الرؤية الشخصية للواقع الذي يحيط به؟ ألن يتأثر بفهمه الخاصّ
للأمور؟ هل يمكن للصحفي أن يفصل تحليلاته الصحفية عن تراثه واعتقاداته
وتصوّراته التي تكونت عبر السنين لشّتى أمور الحياة؟ ألن يؤثّر هذا في عمله
رغمًا عنه؟

٢. كيف يمكن الفصل بوضوح بين ما هو مجرّد وصف، وما هو تفسير وما هو
تقويم للحوادث؟ وما دامت الأفراد والمجتمعات المختلفة تفسّر وتقوم العالم
بصور مختلفة، أي ينظر كلّ منهم إلى العالم من وجهة نظر مختلفة، فإنّ الخبر
على هذا النحو ذو طبيعة نسبية، أي إنّ الخبر هو كذلك بالنسبة لجماعة معينة
في سياق معين. ثم إنّ لكلّ خبر عادة العديد من التفسيرات والتقويمات من قبل
محلّلين مختلفين. انظر مثلاً - وإن كان هذا مثلاً بسيطًا، ولكنه مثال مُمثل - إلى
مباراة في كرة القدم، واستمع إلى محلّل من الفريق الضيف، ثم استمع لتحليل
آخر - للمباراة نفسها من الفريق المضيف، تجد اختلافاً في التحليلين قد يصل
إلى أن تشعر وكأنّك تستمع إلى تعليق عن مباراة مختلفة.

٣. كثيرًا ما نرى صحفاً تنشر خبراً واحداً، ولكنّ كلاً منها ينشره من زاويته
المختلفة. ثم إنّ الصحفيين والصحف تختار عادة الأخبار التي ترى أهميّة نشرها.
يكمّن في عملية الاختيار هذه والزوايا المختلفة للحدث الواحد التي ترتكز كلّ

صحيفة على إحداها أو بعضها تبرير القول إنّ رجال الإعلام يقومون بتغطية الأحداث مدفوعين باهتماماتهم وقيمهم الخاصة، وإنّ ما يسمى الموضوعية في الإعلام أمر خياليّ.

أمّا دعوة الموضوعية، فعلى الرغم من أنّهم يسلّمون بأنّ النشر يخضع دائمًا لعملية اختيار، وأنّ لكلّ محلّل ميولاً وعواطف وتحيّزاً لجانب معين يرى منه صحّة الخبر، إلّا أنّ هذا لا يمنع من القول بموضوعية النقل أو التحليل. تكمن الموضوعية في عرض الأمور من جوانب شتّى وفي استعداد المحلل دائمًا أو الإعلامي أن يرى أنه أحياناً كان على خطأ، لا أن يتّخذ من الحدث مثلاً يدعم به تحيّزه. فهذا هو ما من شأنه أن يمكن المشاهد من الخروج بحكم موضوعيّ، وهو ما يمثّل الصحافة الجيّدة.

إنّ جوهر الصحافة الجيّدة لدى أنصار الموضوعية يكمن في القدرة على وزن الأدلة بموضوعية وكتابة قصة من الممكن التحقّق منها أو تكذيبها بواسطة الأدلة والوصول إلى نتيجة مبرّرة، لا أن يكتب من زاوية عاطفية.

هل الصدق والموضوعية يسّوغان عرض العنف في وسائل الإعلام

قلنا إنّ الإعلام الجيّد هو ذلك الإعلام الذي يقدم صورة صادقة وموضوعية للواقع، صورة تمكّن المتلقّي من الحكم على ما يدور حوله في العالم بشكل صحيح، وهو مالن يتمكّن من فعله متى قدّمنا له صورة غير أمينة ومشوهة للواقع. من هنا فإنّه لمّا كان العنف والجريمة أحداثاً فعلية وواقعية تحدث وتشكّل جزءاً من الأحداث التي نحيّاها، كان عرضها - سواء في صورة أخبار أو أفلام - يمثّل جزءاً من واجب الصحفى المتمثّل في ضرورة تقديمها بصورة صادقة وموضوعية للواقع الذي نحيا.

لذا يرى أولئك الذين لا يعارضون عرض الجريمة والعنف عن طريق وسائل الإعلام - سواء أكانت الجرائم المدنية (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 معينة تكمن في محاولة تقديم صورة جيّدة مثالية لواقع لا نحياء.

ومع هذا فإنّه على الرغم من أنّ واجب الإعلاميّ تقديم صورة واقعية و موضوعيّة ل الواقع، فإنّ هناك الكثيرين ممن يقفون ضدّ عرض صور العنف. يمكن إجمال الأسباب التي يستندون إليها على النحو الآتي:

للإعلام تأثير قويّ في المشاهد والقارئ والمستمع يصل إلى حدّ غرس سلوكيّات معينة لديه تصل إلى حدّ تقليل ما يراه - بدءاً بما يعرضه ممثّلو الإعلانات، مروراً بالمعنىين، وصولاً إلى الممثّلين - وذلك في حركاتهم وأقوالهم، بل وحتى في طريقة ارتدائهم لملابسهم. من هنا كان عرض الجرائم وطرق ارتكابها من شأنه أن يولد عند بعضهم بعض السلوكيّات العنيفة.

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

إنّ فضح مرتكبي الجرائم قد يحوّلهم إلى أشخاص مستهجنين اجتماعيًّا هم وعوائلهم، ونكون بذلك قد عاقبناهم مرّتين، مرّة عقاباً قانونيًّا محدّد المدة (السجن مثلاً) ومرّة عقاباً اجتماعيًّا يظلّ يطاردهم إلى الأبد.

يزداد القلق من عرض العنف متى أخذنا في الاعتبار تزايد سهولة إمكانية 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 الطبيعية لهم وأنّ هذه هي السلوكيّات الطبيعية التي يجب أن يسلكها الإنسان العادي. ويزداد الأمر سوءاً مع الطفل الذي يعاني إهمالاً عاطفيّاً، فيعتقد هو الآخر أنّ هذه هي العواطف والمشاعر الطبيعية التي يسلكها الناس الطبيعيون، 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 الطبيعية. 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 يسوغ 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 كانط أنّ الكذب والغشّ وعدم الوفاء بالوعد أساليب لأخلاقية لا يوجد على الإطلاق ما يسوغها، وبالتالي يجب على المرء - صحفيّاً كان أو أيّاً ما كانت مهنته - ألا يتبعها.

يرى الرأي الآخر أنَّ الصحفيين إذا ما اتّبعوا الصدق والأمانة دائمًا فلن يحصلوا على أخبار تمكّنهم من فضح المفسدين، ومن ثُمَّ فإنَّه كما أتّنا نقبل أحياناً في أوقات الحرب والأزمات سرّية بعض الأخبار والكذب على الشعب من أجل الحفاظ على السرّية أو لعدم إثارة الفزع بين الناس، فإنَّ هناك بالمثل ما يسُوّغ للصحافة المناورة في الحوار مع رجال السلطة وعدم الإفصاح عن النّيات وراء الأسئلة الموجّهة لهم؛ وذلك من أجل التأكّد من سلامة سلوكياتهم، وأنّها موجّهة لصالح الشعب وكذلك هناك ما يسُوّغ مراقبة أفعالهم سرّاً وذلك للتحقّق من عدم استغلالهم سلطاتهم استغلالاً سيئاً، لأنَّ نتحقّق من عدم تعرّضهم لأنّه رشاوى أو من عدم إساءة استغلال مواقعهم لمصالحهم الخاصة.

حقُّ الخصوصيّة

هنا نجد بالمثل رأين متعارضين :

هناك من يميل عادة لافتراض أنَّ اقتحام الخصوصيّة يعدّ شكلاً من أشكال الاعتداء عليها إذا ما تمَّ من دون موافقة صاحبها سواء تمَّ هذا الغزو بواسطة الصحفي أو البرامج الإعلامية، ومن ثُمَّ فهو مرفوض أخلاقياً؛ إذ إنَّ أدنى ما يعنيه هذا هو عدم احترام أحد حقوقنا بوصفنا أفراداً؛ ولهذا السبب فإنَّ القوانين تكفل للفرد صيانة حرمة المنزل والأوراق الخاصة. ليس لأحد الحق في معرفة خصوصيّاتنا. إنَّ جزءاً مما تعنيه الصدقة هو حقّنا في الكشف للأصدقاء فقط عن بعض خصوصيّاتنا. من هنا تكمن قيمة الخصوصيّة في أنّها تمنع الآخرين من ممارسة أيّ حقوق تضرّ بنا. من هنا كان غزو الخصوصيّة لا يعني الحصول من دون إذن على معلومات خاصة بنا فقط، ولكن تعني معرفة الآخرين بالعلاقات والنشاطات والاهتمامات التي نراها لا تهمُّ أحداً سوانا.

ثم إنّ الخصوصيّة تمكّنا من تنمية هويّتنا وشخصيّتنا بوصفنا أفراداً وإقامة علاقات وصداقات خاصة، بحيث إنّه إذا ما قلنا لكلّ الناس كلّ شيء يخصّنا أو سلّكنا المسلك نفسه مع الأصدقاء والغرباء والزملاء، فإنّ دلالة الكثير من الأفعال الخاصة والأقوال التي نخصّ بها بعضهم دون بعضهم الآخر ستتلاشى. نحن عادة نختار أن نكشف فقط لبعضهم عن جوانب خاصة من جوانبنا وهو ما يساعدنا على إقامة علاقات تثري حياتنا.

إلا أنّ هناك من يرى أنه قد لا يكون لدينا حقّ في خصوصيّة بعض المعلومات أو النشاطات التي نمارسها متى كان يجب أن يتمّ عرض هذه المعلومات والنشاطات في إطار عام. متى كان ما يتمّ ممارسته بصورة خاصة يندرج تحت المصلحة العامة، هنا يزول حقّ الفرد في الخصوصيّة. حقّ السياسيّ في الخصوصيّة لا نقول إنّه تمّ غزوه أو الاعتداء عليه متى قام أحد الصحفيين بالتحري والبحث في أحد شؤونه السياسيّة الخاصة تحقّقاً من واقعة فساد مثلاً. فلو اعتبرنا حقّ السياسيّ في الخصوصيّة حقّاً مطلقاً، فإنّ هذا سيعطي الفساد الفرصة للازدهار والتفسّي. من هنا لا يُعدّ بحث الصحفيّ في الأوراق الخاصة لرجل السياسة اعتداء على خصوصيّته، خاصةً إذا كانت هذه الأوراق هي التي ستكتشف عن بعض تفاصيل واقعة فساد معينة، بل هو فعل مبرّر من أجل المصلحة العامة، إذ لا يمكن إدراج الفساد السياسيّ مثلاً ضمن الشؤون أو الأفعال الخاصة لأيّ شخص، والتي لا ينبغي لأحد الاقتراب منها.

من هنا كان هناك ما يسّوغ البحث في الشؤون الخاصة لذوي السلطة متى كان لدى الصحفيّين مسّوغ قويّ للاعتقاد بتورّطهم في إحدى وقائع فساد، لأنّ يكون هناك اعتقاد أنّ أحد رجال السلطة هؤلاء قد تلقّى مثلاً أموالاً لاستخدام سلطته السياسيّة، وما يسّوغ لرجال الإعلام هذا البحث والتدخل في خصوصيّة

ذوي السلطة أنّ جمهور العامة قد أنابهم لمعرفة ما إذا كان ممثّلو الشعب يمثلون مصالح الشعب تمثيلاً صحيحاً أو لا. فواجب رجال الإعلام هنا واجب أخلاقيٌ 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 يعملواصالحهم، ولكن يستغلّون وظائفهم لمصالحهم الشخصية، فإنّ أفعالهم لا تدرج تحت الخصوصية التي يجب عدم الاقتراب منها. فمن حقّ الناس أن يطمئنوا إلى أنّ استثماراتهم تتمّ بالشكل الصحيح، وأنّ الأطباء يتزمون بالقواعد الأخلاقية لمهنتهم، وأنّ المعلّمين يوجّهون أبناءهم التوجيه الصحيح.

إعلام العلم وأهميّته

هناك جانب على قدر كبير من الأهميّةبدأ الإعلاميون والمشتغلون بالعلم معًا الانتباه إلى أهميّته في الآونة الأخيرة، ألا وهو مسؤوليّة الإعلاميين في نقل أخبار العلم والعلماء.

لما كان نقل المعلومات العلمية للعامة - من خلال وسائل الإعلام - بصورة غير دقيقة وإعطاء العامة صورة غير صحيحة عن العلم والمنتجات التكنولوجية من شأنه أن يفقد العامة الثقة في العلم والعلماء، كان للإعلاميين دور مهمٌ في الحديث عن العلم. قناعة بهذه الأهميّة بدأت تظهر في أماكن كثيرة من العالم - وخاصة في الولايات المتحدة - مؤسّسات أو جمعيات للكتاب في مجال العلم. تُعدّ المؤسّسة القوميّة لكتاب العلم¹ إحدى هذه المؤسّسات التي تأسّست عام ١٩٥٥ في الولايات المتحدة. وضعت هذه المؤسّسة مدونة أخلاقية تمّ تحريرها عام ٢٠١٤ حدّدت فيها الواجبات الأخلاقية التي يجب على الإعلاميين في مجال

العلم اتّبعها، نوجزها فيما يأتي:

على الإعلاميين في مجال العلم أن يتحرّروا دقة المعلومات العلمية ومصادرها ودقة صياغتها ونشرها.

على الإعلامي تجنب كلّ أشكال التمييز القائم على الجنس أو العرق أو الدين أو أيّ شكل من أشكال التمييز غير المسوّغ.

يجب أن يكون عمل الإعلامي في مجال العلم هو عمله الخاصّ وليس منقولاً من غيره. الانتهال غير مقبول تحت أيّ ظرف.

على كتاب العلم، مع هذا، تشجيع تبادل الآراء في مجال العلم، وتجنب أي تضارب في المصالح والإبلاغ الفوريّ عن أيّ تضارب مصالح لا يمكن تجنبه. على الكتاب في مجال العلم أن يقبلوا الإعلان الفوريّ والعلنيّ عن أيّ أخطاء وتصحيحها فوراً¹.

هذه الثقافة - ثقافة الكتابة الإعلامية عن العلم ومنتجاته - مع الأسف! مازالت غائبة عن محيط ثقافتنا العربية لعدّة أسباب؛ أهمّها أنّ العالم العربيّ متّأخر إلى حدّ كبير في إنتاج العلم ولا يشارك في إنتاجه، فهناك فجوة علمية وتكنولوجية عميقّة 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 العربية مثل المجتمعات الأجنبية. السبب الثاني: غياب تطبيق مبدأ المحاسبة في معظم البلاد العربية أو ضعفه. من ذا الذي يمكن أن يحاسب إعلامياً عربياً أعطى معلومة خاطئة عن منتج تكنولوجي معين؟ أضعف إلى هذا أنّ معظم الصحف اليومية والمجلّات الأسبوعية لا تفرد مساحات كافية تبرز

1. National Association for Science Writers (2014). Code of Ethics for Science Writers.

تم الدخول بتاريخ 18 - 12 - 2017 .

بها أهمية العلم والتكنولوجيا، فالنسبة العالية للأمية والبطالة تجعل نسبة قراءة الصحف والمجلات نسبة ضعيفة، وتأتي القراءة في العلم في ذيل اهتمامات القارئ العادي. تفسّر هذه الأسباب عدم إدراج أي قواعد أخلاقية ضابطة للإعلاميين في مجال العلم ضمن مدونات أخلاقيات الإعلام.

ولكن لما كانت الإرادة السياسية في الآونة الأخيرة في الكثير من الدول العربية قد أظهرت اهتماماً بالعلم والتكنولوجيا حين قطع قادة العرب - الذين اجتمعوا في سرت - ليبيا ٢٠١٠ في الدورة ٢٢ لمجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة - وعداً على أنفسهم بـ «زيادة الإنفاق على البحث العلمي والتكنولوجي وتوطين التقنية الحديثة وتشجيع ورعاية الباحثين والعلماء، وتطوير القدرات العربية العلمية والتكنولوجية والنهوض بمؤسسات البحث العلمي»^١. وصدرت بالفعل استجابة لهذا الاجتماع من خلال «الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتكنولوجي والابتكار» الصادرة في ٢٠١٤، فمن الضروري أن يواكب الاهتمام بالعلم والتكنولوجيا اهتمامً بأخلاقياته، وهو ما يعني في مجال حديثنا هنا ضرورة رفع درجة الثقافة العلمية للإعلاميين الذين يتحدثون في العلم، وأن تتضمن مدونات السلوك الإعلامي ضوابط لسلوكيات هذه الفئة من الإعلاميين.

هل يمكن أن تكون هناك أخلاقيات كونية للإعلام؟

مع بداية سبعينيات القرن الماضي نشأ اتجاه ينادي بما عرف بأنه أخلاقيات كونية للإعلام^٢. نشأ هذا الاتجاه في بدايته كمحاولة لإصلاح نظام الإعلام الكوني أو تطويره، وذلك بعد أن سيطرت قلة من البلدان الغربية على الإعلام لاستحواذه

١. الكسو «الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتكنولوجي والابتكار»، ١.

تم الدخول بتاريخ 20 - 06 - 2017 <http://www.alecso.org/en/2016-04-06-07-56-24.html>

2. Global Media Ethics

على أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وهو ما عُدّ شكلاً من أشكال عدم المساواة؛ إذ أصبح الإعلام الإخباري يستخدم تكنولوجيا الاتصال لجمع النصوص والأفلام والفيديوهات حول العالم بسرعة غير مسبوقة وتوزيعها على الجمهور في مختلف أنحاء العالم بسرعة أيضاً. من هنا جاءت المطالبة بأخلاقيات كونية للإعلام والتي عنت وضع مجموعة من المبادئ والمعايير العامة لممارسة الصحافة والإعلام في عصر العولمة تطبق على كلّ مكان وزمان.^١

وخشية أن تهدّد القيم الغربية التي يحملها الإعلام العربي القيم الأخلاقية للبلدان الأخرى غير الغربية وبصفة خاصة البلدان النامية، نشأ تجمع أطلق عليه «النظام العالمي الجديد للمعلومات والاتصالات»^٢ تكون هذا التجمع من دول عدم الانحياز واليونسكو وأعضاء لجنة ماكرايد.^{٣٤} وخرج التقرير باسم «عالم واحد وأصوات متعددة»^٥ ولم ترض الولايات المتحدة ولا بريطانيا عن هذا التقرير.

ولم يمت حلم الوصول إلى مجموعة واحدة من المبادئ والسياسات التي تنظم النشر المسؤول والعادل للأخبار على مستوى العالم. فلقد عقدت الأمم المتحدة عام ٢٠٠٣ اجتماعاً في جنيف تحت عنوان «القمة العالمية لمجتمع المعرفة» انتهى بتبني ١٧٥ دولة إعلاناً لمبادئ موحدة. 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 دولية كونتها هيئة اليونسكو ١٩٧٧ من خمسة عشر عضواً بريثاسة سين ماكرايد، وهو إيرلندي 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 القسمتين هو النمو المتزايد للإعلام عبر الإنترنٰت^١.

يمكن أن نجد على الأقل سببين لنشأة اتجاه محاولة إيجاد أخلاقيات كونية للإعلام. السبب الأول أن الأخلاقيات المحلية الإقليمية لم يعد بمقدورها مناقشة المشكلات الجديدة التي تواجه الصحافة العالمية. الثاني: لقد فرضت مسؤوليات عالمية جديدة نفسها، وأصبح لها تأثير كوني عالمي. فالتقارير الإخبارية من خلال الإنترنٰت أو الأقمار الصناعية تصل إلى كل مكان في العالم، وقد تؤثر في الحكومات وجيوش البلاد المختلفة. من هنا أصبح هناك حاجة لأن الأخلاقيات كونية تناسب عالماً تصل فيه الأخبار لجماعات ذات ثقافات وأديان وتقاليد مختلفة. كما أن مبدأ الموضوعية التقليدي الذي يجب أن يتّصف به الصحفي التقليدي أصبح معناه الآن أن يكون الصحفي موضوعياً في تقاريره بإزاء عالم متعدد الرؤى والتقاليد والثقافات، وليس بإزاء مجتمعه الذي كان يخاطبه الصحفي في الماضي فقط^٢.

يضيف بعضهم مسوّغاً آخر للحاجة لأن الأخلاقيات كونية للإعلام، ألا وهو أننا نحيا الآن في عالم هو بالأحرى قرية كونية يحكمها مجموعة أنساق من الإعلام الحكومي، يحتكر كل منها بناء صورة لآخر تغذى روح الانقسام والفرقة هي في أغلب الأحيان صورة ليست صحيحة. نحن في حاجة إلى إعلام مختلف يؤسس لصحافة سلمية^٣ تهدف للوصول إلى فهم للتعددية الثقافية والكونية التي نحيها. إذا كانت أخلاقيات الإعلام قد ركّزت حتى وقت قريب على أخلاقيات الإعلامي

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 .

ما هي هذه الأخلاقيات الكونية

يرى بعض أدعية هذا الاتجاه أنهم في محاولتهم تأسيس هذا النسق الكوني من ثقافات مختلفة، لم تكن التصورات الأخلاقية لهذه الثقافات غير الأوروبية والأميركية - مثل ضرورة احترام الكرامة الإنسانية وقول الصدق وعدم اتّباع العنف - سوى تصورات غربية اقتبسها أصحاب هذه الثقافات اللاأورو-أمريكية وضمّنواها أنماطهم الفكرية بحيث تناسب ثقافتهم. وبالتالي تبقى الأطر الممثلة للأخلاقيات الكونية للإعلام في النهاية أطراً غربية .^٢

الحقيقة أنّ هذا الزعم يجافي الصدق وال موضوعية، إذ إنّ 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 أقرّتها 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 – 17 . تم الدخول بتاريخ 17-12-2017

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 الإنسان¹. 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 والصحّة، التوزيع العادل للمنافع، حماية الأجيال المستقبلة، حماية البيئة والتنوع البيئي والمحيط الحيوي. لم يعنَّ كاتب هذه الأسطر بشرح المنظور العربي الإسلامي لهذه المبادئ من حيث إنّها في أصلها مبادئ غربية تمت الاستعارة بها في ثقافتنا العربية الإسلامية، ولكنه أراد أن يبيّن كيف إنّها جزء لا يتجزأ من الثقافة الإسلامية منذ نشأة الإسلام. حيث دلّل كاتب هذه الأسطر على ذلك باستشهادات من القرآن والسنة. كان ملخص رأي كاتب هذه الأسطر أنّ سائر المبادئ يمكن أن نجد أساسها في المبدأ الأول، ألا وهو احترام كرامة الإنسان. للإنسان كرامة في المفهوم الإسلامي؛ لأنّ الله اختاره خليفة له على الأرض. لحفظ هذه الكرامة يجب الامتناع عن الإضرار بها ونسعى إلى نفعها، واحترام كرامة الإنسان تعني احترام خصوصيّته واستقلاليّته في اتخاذ القرارات، وهي الاستقلالية المحكومة بالمسؤولية. تظهر استقلاليّة الإنسان في حقّه في تقديم الموافقة. يجب حماية ناقصي الأهلية وفاقديها كجزء من احترام كرامتهم، وكذلك يجب احترام ضعفهم؛ لأنّ 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. وأنّ البيئة بكلّ مكوناتها من خلق الله، فلها قيمة

في ذاتها، وهو ما يعني ضرورة حمايتها لذاتها، وليس من أجل الأجيال القادمة فقط¹.

نعم، يتفق كاتب هذه الأسطر على أن حظّ العرب حتى الآن من التنظير قليل، إلى الدرجة التي يزعم بها أنه لا وجود لنظرية أخلاقية عربية إسلامية تأسّس على مبادئ أخلاقية نابعة من البيئة الإسلامية يمكن الاستعانة بها بشكل كليّ في حلّ المشكلات الأخلاقية لأيّ ميدان من ميادين الأخلاقيات التطبيقية. إلاّ أنّ 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 - سلوكى وبين عدم وجودها. قد يقول قائل إنّ هذه المبادئ التي شرحها كاتب هذه السطور في المقال الأجنبي سالف الذكر مبادئ خاصة بميدان بحث آخر، وهو أخلاقيات البيولوجيا، ولكنّنا نقول إنّ الكثير من هذه المبادئ ينطبق على مجال الإعلام، مثل حماية كرامة الإنسان، وعدم الإضرار والمنفعة، وعدم التمييز والعدالة،�احترام التعددية والتنوع الثقافي والخصوصية والسرية 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 أيّ مجال من مجالات الأخلاقيات التطبيقية.

لائحة المصادر والمراجع

- الكسو «الاستراتيجية العربية للبحث العلمي والتكني والابتكار». جامعة الدول العربية.
تم الدخول بتاريخ ٢٠١٧ - ٠٦ - ٢٠١٤
<http://www.alecso.org/en/2016-04-06-07-56-24.html>
- 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
- Kieran, Matthew (1999). Media Ethics. Praeger,Westport, Connecticut London.
- National Association for Science Writers (2014). Code of Ethics for Science Writers. In <https://www.nasw.org/code-ethics-science-writers>. تم الدخول بتاريخ 2017 - 12 - 18
- 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/10.1177/1742766507074358> تم الدخول بتاريخ 2017 - 12 - 17
- Tehranian,M. (April 1,2002) Peace Journalism: Negotiating Global Media Ethics. In The International Journal of Press/Politics. In Journals.Sagepub.com/doi/abs/10.1177/1081180x0200700205 تم الدخول بتاريخ 2017 - 12 - 17
- 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> تم الدخول بتاريخ 2017 - 12 - 17

إمبريالية العالم الافتراضي الميدية الغربية وتأثيراتها على المجتمعات المدنية

صابرین زغلول السيد^١

تمهید

إلى أيّ مدى استطاعت الميديا أو ما يسمى بالعالم الافتراضي أن تغيّر نمط الحياة الثقافية واتجاهات السلوك الاجتماعي في العالم ومجتمعنا العربي والإسلامي بنحو خاص؟...

تبحث هذه الدراسة في أثر ثورة الميديا في بيئات المجتمع المدني من النواحي الأخلاقية والثقافية واتجاهات السلوك العام. وقد جرت مقاربة هذه القضية انطلاقاً من أبرز الفرضيات والنظريات التي سادت المجتمع الثقافي الأوروبي، وتحدّث عن البعد الاستعماري في إستراتيجيات الميديا وانعكاساتها على المجتمعات الأهلية في البلدان الخارجة عن جغرافيات التمركز الغربي في أوروبا وأميركا الشمالية. وفي هذا السياق أضاءت الدراسة على ما قدّمه عالم الاجتماع الفرنسي جان بورديyar في هذا الشأن بوصفها نموذجاً نقيّاً للسلوك الاستعماري في عالم الميديا.

يشهد عالمنا المعاصر على الكثير من الفوائد التي قدّمتها الميديا في الميادين الإنسانية المختلفة، فقد أتّجـعـ ما عـرـفـ بالـعـالـمـ الـافـتـراـضـيـ الرـغـبـةـ فيـ التـوـاـصـلـ

١. أستاذ فلسفة الدين في جامعة عين شمس - جمهورية مصر العربية.

والحوار وتبادل الآراء، وهو ما يؤكّد سعي الأفراد نحو إثبات الذات ونشر الأفكار؛ حيث أصبحت الهوية الافتراضية عند غالبية الأفراد انعكاساً لهوياتهم الحقيقة. فقد رأى كثيرون في مجتمعاتنا الإسلامية أنّهم عن طريق الهوية الافتراضية يكونون أكثر تفاعلاً ونشاطاً ومشاركة وأحسن تصرّفاً عما هي عليه الحال في الواقع الفعليّ، وذلك لخصائص هذا العالم الذي يركّز على التواصل الفكريّ وليس على المظاهر الفизيائيّة المباشرة. إلّا أنّ القدرة على إخفاء الهوية أدى وبشكل سلبيّ إلى عدم مصداقية الهويّات الافتراضية التي شجّع بعضها على اختراق الحدود الدينية والأخلاقية والسياسية... الخ، وقد أدى ذلك إلى انقلاب الوسائل التكنولوجية وحرفها عن مسارها الصحيح، فأصبحنا بسبب ذلك كله فريسة سهلة للحرب المعلنة على القيم. ما أدى لفقد كثير من بديهيّات القيم قيمتها ومعناها الحقيقيّ. كما أدى إلى وضع جديد مليء بالفراغ الروحانيّ كان من نتيجته صعود موجات الشكّ المعرفيّ والوجوديّ، فلم يعد بالإمكان التمييز الدقيق بين ما هو حقيقيّ وما هو مصطنع. لقد بتنا أماماً أسئلة لا مناص من الإجابة عنها: هل الحقيقة هي العالم المصطنع الافتراضيّ أو عالمنا الماديّ الواقعيّ؟ هل ندرك أنّنا نعيش داخل عالم مصطنع افتراضيّ أو أنّ الميديا جعلت ما هو موهوم حقيقيّاً؟ ثمّ كيف نواجه الاغتراب الذي فقدنا بسببه هويّتنا وذواتنا الحقيقة داخل عالم مصطنع مفرط؟

أسئلة كثيرة تصدّى لها فلاسفة أوروبيّون في مقدّمهم عالم الاجتماع الفرنسيّ جان بودريار «١٩٢٩-٢٠٠٧م» الذي كثّف هذه الإشكالية بالتساؤل عما تبقى «من الواقع الماديّ، ونحن نشهد في كلّ مكان حقّاً هائلاً ومتواصلاً للواقع بالصورة والمتخيّل والافتراضيّ»¹، ومن أجل ذلك حاول بودريار في كثير من أعماله وكتاباته التصدّي لما سماه بعصر موت الواقع أو نهايته، الذي كان أبرز سماته نشأة

العالم الافتراضيّ، فقام بتحليل المبدأ الماديّ للواقع من صراع وتناقض وجدلية ونفي وقطعية ومجاوزة وثورة، والذي كان من نتاجهم جدلّيات هادمة نتيجة القطعية التي خلقتها العالم الافتراضيّ بين الإنسان ومجتمعه، فأصبح معتبراً حتى في وطنه، وأصبح يعيش بعيون المفترض بين عالمين مختلفين لم يجتمعا على حافة التماس إلّا وقد افترقا، وهمما العالم الواقعيّ والعالم الافتراضيّ، ومن أجل ذلك كان لا بدّ لنا من الوقوف على موقف بودريار من الواقع الافتراضيّ من خلال العديد من المفاهيم التي قدّمها في محاولة للوقوف على تلك الهوة الكبيرة التي حدثت بين العالم الواقعيّ والآخر الافتراضيّ من أجل إعادة الذات المستلبة التي فقدت هويتها داخل هذا العالم ذلك العالم الافتراضيّ.

الواقع الافتراضيّ

في ظلّ التأثيرات التكنولوجية الحالية انطلق بودريار في تقديم مفهوم الواقع الافتراضيّ¹ من خلال تقديم فكرة الواقع المفترط² ، والذي يعني عدم قدرة الوعي على التمييز بين الواقع ومحاكاة الواقع، وخاصة في مجتمعات ما بعد الحداثية التي شهدت تقدّماً تكنولوجياً هائلاً، وينظر إلى الواقعية المفترطة بوصفها حالة يمترز فيها الحقيقية والخياليّ معًا بسلامة، حتى لا يكون هناك تمييز واضح يحدّد أين ينتهي أحدهما وأين يبدأ الآخر، مما يتيح الاختلاط بين الواقع الماديّ والواقع الافتراضيّ، والذكاء البشريّ والذكاء الاصطناعيّ، وقد يجد الأفراد أنفسهم لأسباب مختلفة، أكثر انسجاماً أو تورّطاً مع عالم الواقع المفترط، مقارنة بالعالم الحقيقيّ الماديّ؛ لذلك يرى بودريار «أنّ الواقع الحقيقي لم يعد ما كان عليه من قبل، حيث أثّرت وسائل التكنولوجيا في تشكيل الوعي

1. Virtual reality

2. Hyper-Reality

الاجتماعي الجديد في العصر الحاضر، ومع تطور وسائل الاتصال والثورة التكنولوجية التي شهدتها عصر ما بعد الحداثة أصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة^١، حيث تعدد وسائل الإعلام مصدرًا رئيساً يلجم إلية الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا، بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع، فهو - الإعلام - بقدرته على الالحاح ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي يمتلك تلك الإمكانيّة على التأثير، لا سيّما الفضاءات الافتراضية، التي تقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وقد ذهب بودريار إلى أنّ المعلومات والاتصالات، أصبح يُستعراض عنها بما يعرف بالواقع المفرط الذي يحاكي الواقع الفعليّ، وذلك من خلال الإثارة واحتراز 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 تخيّي وجود هذه الأشياء، وعلى ذلك أصبح الواقع المفرط يُعرف بأنّه ثقافة مليئة بالنماذج الحقيقة التي لم تكن موجودة، مما ترتب عليه عواقب بفقدان «التمييز بين الحقيقى والمتحليل»^٢ وأصبحنا نخاطر بأنّ الحقيقى لا يحتاج لأن يكون عقلانياً؛ لأنّه لم يعد لدينا المقاييس نفسها التي نحكم من خلالها على المثال الأعلى أو السلبيّ؛ ولذلك ساد منطق المحاكاة أو الاصطناع الذي ليس له أيّ علاقة بمنطق الحقائق أو الترتيبات العقلانية^٣، ويعتبر مصطلح الاصطناع أو المحاكاة من المفاهيم المهمّة والضروريّة لفكّ أغاز الواقع المفرط عند بودريار، ولذلك لا بدّ لنا من تسلیط الضوء على هذا المفهوم.

1. Ibid, 22.

2. Hyper-Reality, 44.

3. Ibid, 45.

الاصطناع

لعب مفهوم الاصطلاح دوراً أساسياً في تشكيل منظومة العالم المفرط في فلسفة بودريار، ولكي نفهم مفهوم الاصطناع عنده لا بدّ من إظهار التباين بين مصطلح الاصطناع^١ والإخفاء^٢، وقد ذهب بودريار إلى أنَّ الإخفاء يلزم وجود الشيء أوَّلاً ليتم إخفاؤه فهو على حد قوله يعني «الظهور بعدم امتلاك ما نملك»^٣؛ لذا فإنَّ ذلك المصطلح يعني (بما نملك)، فنحن لا نخفي شيئاً ليس بحوزتنا، لأنَّه لا يمكن إخفاء اللاثيء أو العدم، كما أنَّه ليس بمقدورنا حجبه طالما أنَّه غير موجود، فلزم وجوب وجوده وملكه.

أمّا الاصطناع فهو «الظهور بامتلاك ما لا نملك»^٤، وهو بهذا يعني الذي لا نملكه مدعين امتلاكه واستمراره ذاك الامتلاك، أو بمعنى آخر ادعاء حضور الغائب، وذلك لأنَّ موضوعاته ليست واقعية وغير حقيقة نظيرها على أنَّها وقائع طبيعية، لذلك كانت مكانة الغياب متباعدة بين المصطلحين، ففي مصطلح الإخفاء مكانة الغياب ثانوية؛ لأنَّها تأتي بعد الحضور أو الوجود والملكية، أمّا فيما يخص مصطلح الاصطناع، فتلك المكانة - الغياب - أساسية تدخل في بنائه وصلب تكوينه؛ لأنَّه يقوم عليها فهي مرتعنته الاستراتيجية، ومع ذلك فالاصطناع ليس بهذه البساطة والوضوح والتميز؛ لأنَّه أكثر تعقيداً وتركيباً وتضليلاً؛ ذلك لأنَّ الاصطناع غير الظاهر^٥، أو التمثيل، بل بالعكس هو معارض له؛ ذلك لأنَّ العلامة والرمز يمثلان الحقيقة في الظهور، وهما متكافئان مع الحقيقة الواقعية،

1. Simulation

2. Dissimulation

3. Ibid , 48.

4. Ibid, 55.

5. Dissimulation, 55.

في حين أنّ الاصطناع يبدأ من يوتوبيا هذا التكافؤ، من خلال الارتداد بالعلامات والرموز عن كُلّ مرجعية، وبالتالي الحكم عليها بالإعدام، كذلك نجد التظاهر يحاول امتصاص ما هو مصطنع ومحاكي عن طريق تفسيره على أنّه تمثيل كاذب، ولذلك فالظاهر بالشيء لا يعني اصطناعه، على سبيل المثال من يتظاهر بالمرض - كما يقول بودريار - يمكنه ببساطة أن يستلقي على سريره ليوهم الآخرين بأنه مريض، أمّا من يصطنع المرض فإنه يعمل على أن يعيّن في ذاته بعض الأعراض؛ ولذلك فإنّ الاصطناع متباين تماماً عن التظاهر والإخفاء ومؤثّر في الواقع على نحو مغایر لهما، حيث إنّ تأثيره يخلّ بالتوازن في الواقع، بل إنّه يشوه الواقع ويُمزّق مبادئه، في حين تأثير التظاهر والإخفاء لا يؤثّر أو يغيّر من توازن الواقع؛ ولذلك فالاصطناع لا يعبر ثمّ يمضي ويزول، لأنّه ليس استراتيجية سطحية ثانوية وإنما موجه بالضرورة ضدّ مبادئ الواقع ومقولاته، فالاصطناع إذاً يضع الواقع في زلزلة قوية مفادها فقدان ثناياه وتناقضاته، مما يعمل على زيادة الهشاشة لمبدأ الواقعية، ويرمي بظلاله على أيّ إمكانية للتمييز بين الحقيقة والرّيف والصدق والكذب، الخير والشرّ، بين الواقع والخيال... إلخ، وهذا بدوره يؤدّي إلى زلزلة عمق المعاني من خلال عدم التمييز بين حدودها ونطيراتها ونقضتها، فيحدث ما يمكن أن نسمّيه بالدمج بين الواقع والمصطنع؛ لذلك فإنّ الاصطناع بكونه موجّهاً بالضرورة ضدّ مبادئ الواقع، فإنه يسعى إلى خلق ابستمولوجية فوضوية جرثومية أساسها التمويه والتضليل وانعدام الشفافية، مما يؤدّي إلى سقوط مبادئ الواقعية وحدودها لحدوث هذا الدمج، حيث لم يكن هناك ما يميّز ذلك الحدّ الفاصل بين ما هو واقعيٌ وخياليٌ أو حقيقيٌ وسراب زائف؛ لأنّ جميع تلك المصطلحات قد أُزيلت الحدود بينها وبين نقضتها، «بحيث لم يعد هناك بعد خياليٌ مستقلٌ

عن الواقع»^١، ولن يبقى إلا الزيف المنفصل عن الحقيقة، لقد اختلطت الأوراق والعناصر والأشياء، وفي هذا المستوى نلمس تشابهًا بين نظرية بودريار للعالم ونظرة دريدا للعالم كنصّ، فدريدا كذلك يقرّ بالطابع «المتردد واللايقيني»^٢ للعالم. ولذلك يتساءل بودريار: بما أنّ المصطنع يخلق أعراضًا حقيقة، فهل هو مريض أو لا؟ ويجيب بقوله: «لا نستطيع أن نتعامل معه موضوعيًّا لا كمريض ولا كسليم هنا يتوقف 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 الحقيقة عن المصطنعة؛ لذلك يقول بودريار «لقد انخرط الجميع في اللعبة، لعبة الإيهام، ذلك أنّ الاصطناع جعلنا «لم نعد نتوقف على معيار أو مقياس أو إطار أو مرجع أنطولوجيّ أو قاعدة ابستمولوجية أو ضوابط أخلاقية نهائية أو يقينيات دينية» تصلح للتمييز بين الأشياء ورسم الحدود وتحديد المسارات وتثبيت الأسماء وضبط الآفاق وطرد الأشباح والأوهام والتناقضات^٤، والمثال الذي يشرح ويوضح به بودريار ذلك الاصطناع هو مثال ديزني لاند^٥، حيث يؤكّد أنّ ظاهرة ديزني لاند ليست حقيقة وليس بالحقيقة كذلك، إنّها آلة تعمية (حجب، إخفاء...) غرضها الأساسيّ إعادة توليد وهم الواقع. ومن هنا - يقول بودريار - بهز الـ التخيّل وسخرية وانحطاطه؛ ذلك بأنّ عالم ديزني لاند يريد أن يكون طفوليًّا

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، ليختفي حقيقة أنّ الطفولة الفعلية هي في كلّ مكان، وأنّه لا فرق بين ديزني لاند وبين العالم الواقعي^٢، وواقع الولايات المتحدة الأميركيّة بالخصوص، ديزني لاند هي طفولة الكبار بأنفسهم الذين يلعبون هنا دور الأطفال لخداع الناس وإيهامهم وإخفاء طفولتهم الواقعيّة^٣، فديزني لاند نموذج مقولب^٤ يعبر عن الواقع الأميركي من دون التعبير عنه، وأساس هذه الصورة المقلوبة هي النّمنمة أو التّصغير^٥، ولا شكّ في ذلك طالما أنّ عصر الاصطناع هو عصر النّمنمة بامتياز، على حسب تعبير بودريار، وقد ساعد على ذلك أن تحولت كلّ الكلمات إلى إشارات ورموز تنتقل بفعلها الدلالات عبر فضاءات تصبح كلمات ورموزاً للخطاب؛ لذلك أصبح الواقع في نظر بودريار مجرّد وهم يتميّز بالاختفاء كلّما أردنا الاقتراب منه، فمثّله في ذلك مثل سراب أنساناً من خلاله واقعاً افتراضياً^٦ جاء نتيجة لاصطناع مفرط تمثّل فيه الأشياء لتحلّ محلّ الأشياء الممثّلة، وأصبح التّمثيل أكثر أهميّة من «الشيء الحقيقى»^٧، وقد انتقد بودريار العلاقة بين الدالّ والمدلول عند «فرديناند دي سوسيير ١٨٥٧ - ١٩١٣ م»^٨، حيث أنكر مثل جاك دريدا وجود أيّ معنى واضح، وقال بالدلالات

1. Disney Land, 88.

2. Ibid, 89.

3. Stéréotype

4. Miniaturisation

5. Ibid, 89.

6. Baudrillard, for a Critique of the Political Economy of the Sign, 45.

٧. فرديناند دي سوسيير ولد في ٢٦ نوفمبر ١٨٥٧ وتوفي في ٢٢ فبراير ١٩١٣، عالم لغوي سويسري شهير. يعتبر بمثابة الأب للمدرسة البنوية في علم اللسانيات. فيما عدّه كثير من الباحثين مؤسس علم اللغة الحديث. يعني 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 بأيّ معنى معقول، حيث يتكون العالم الحقيقيّ من الدلالات العائمة؛ ولذلك ذهب مثل الفيلسوف الألمانيّ نيتше، إلى وجود الحقيقة مادامت ترتبط ارتباطاً وثيقاً باللغة والخطأ والظن والمباغة المجازية والبلاغة التخييلية ووسائل الإعلام، وقد ذهب بودريار إلى أبعد مما ذهب إليه نيتše بصياغته لمفهوم «ما فوق الحقيقة، حيث يكون شيء ما حقيقيّاً فقط عندما يتحرّك ضمن نطاق وسائل الإعلام، وتولّد تكنولوجيات الاتصال في مابعد الحداثة الصور العائمة بشكل حرّ، حيث لا يمكن لأحد أن يعيش أيّ تجربة إذ لم تكن بصيغة مشتقة»، وقد أخذت تجربة العالم للعبث مكان أيّ ثقافة مميّزة، وأصبح للعبث لهجة واحدة فقط: تلك التي تمتلكها الولايات المتحدة الأميركيّة. وهذا ما قاد العديد للشك في أنّ بودريار نفسه بمفهومه ما فوق الحقيقة، لم يعد يسكن جسداً دنيوياً^٢، حيث تحولت كتاباته إلى إستراتيجيات فادحة حين أصبحت العلامات والرموز بلا معنى بسبب تكرارها واختلافها، وعلى الرغم من هذا التكرار والاختلاف البين لكلّ من العلامة والرمز إلا أنّهما شكلاً الجوهر الجذريّ الذي صاغ به بودريار اتجاهاته الأيدلوجية والإستراتيجية الفادحة ويتبّع ذلك من عبارته الشهيرة والأكثر إثارة للجدل «أنّ حرب الخليج عام ١٩٩١ لم تكن حقيقة، بل كانت حدثاً إعلامياً» إنّها غير حقيقة، 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 الحربية، فنحن لم نكن أمام حرب حقيقة بقدر ما كنا كنا أمام علامات ورموز حربية وهمية ومضللة، وهي الحرب نفسها التي مارسها الأميركيان على الرأي العام العالمي من خلال وسائل الإعلام، خاصة أنها حرب لا معنى لها؛ لذلك فما أشارت إليه وسائل الإعلام يمكن أن ينتمي إلى الواقع بقدر ما أنه يمكن أن ينتمي إلى الزيف، فنصبح بذلك أمام الشك، أي عدم اليقين والارتياح؛ ولذلك يرى بودريار أن القول إن الحرب لها وجود واقعي هو قول من قبيل الوهم؛ فالقول بالحرب هو تمثيلية، نجاحها ارتبط بالقدرة التي تمت ممارستها على ما يسمى «بالرأي العام» بفعل قوة تغطية وسائل الإعلام التي عملت على نشر وهم مساندة الجميع للحرب، وكذا المبررات التي تم تقديمها للرأي العام على أنها مسوّغات صحيحة؛ وبذلك حلّت عملية الحدث الإعلامي عن الحرب محلّ الحرب ذاتها؛ وبمعنى آخر، يرى بودريار، أننا لم نعد أمام اختلاف بين حرب هي حرب الكلمات أو الوهم الذي أسّست له وسائل الإعلام بتوجيه من اليمين المحافظ، خاصة الأميركي منه، لترويض الرأي العام، وبين الحرب التي هي الحدث ذاته الذي لن يحدث إلا في مخيّلة هذا الأخير بفعل قوة الإعلام التلفزيوني، خاصة مرحلة حشد القوات العسكرية قبل مدة وجيزة عن انطلاق الحرب؛ ويتابع بودريار قوله «إن مرجعية مجمل المسؤولين من رؤساء دول وسياسيين وعدد من الجنرالات والخبراء تتجسد في الإعلام التلفزيوني الذي هو آلية تمدهم بكثافة من الصور المزيفة والأخبار المعدّة قبلاً في الموضوع»¹؛ لذا لم يعد بمقدور الرأي العام المحلي والإقليمي وال العالمي التمييز بين الحرب الحقيقة وال الحرب الوهمية، لقد أصبحنا أمام تمثيلية مسرحية محبوبة موقعها

1. Baudrillard , Gulf War will did not take place , 90.

شاشات التلفاز، تمثيلية لم يعد بإمكان الرأي العام التمييز فيها بين ما هو حقيقيٌّ وما هو وهميٌّ، ولا شك أنَّ تصور بودريار هذا هو تصور يندرج تحت استراتيجية منحطة لخطابات التحرر السياسي، نظراً لعبيتها المتمثلة في كون الأحداث السياسية وغيرها هي أحداث لا معنى لها، وما على الرأي العام إلا أن يقتتن 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 يصور الواقع كما يريد، وكما تقتضيه مصلحته الاقتصادية؛ وهذا يتطلب تعبئة المستوى السياسي الذي أفرغ سلوكيات الرأسمالية من المضمون السياسي المتواхش وأعطاه المضمون الغامض والشديد المرونة لاتقاء احتجاجات الشعوب وثوراتها وتظاهراتها، وهو نفس التنظير والتوجّه الأبيستمولوجي والأيديولوجي؛ لذلك أصبح التحقق من حرب الخليج غير ممكن إلا من خلال شاشات التلفاز، فالصورة التلفزيّة هي نفي لأيّ إحالة واقعية أو حدثية، أو لنقل إنّها الصورة الافتراضية التي تتميّز بالتوالد والتکاثر، لكن بعيداً عن أيّ إحالة على الواقع؛ ولذلك عندما تصبح الصورة رمزاً لغوياً يتحدّد مدلوله في نفي الواقع، أو لنقل عندما يتم تحويل الإعلام، وأهمّه التلفاز، إلى فضاء افتراضي للحدث، فهنا نصبح أمام خلق شروط مشروعية الاستعمار والغزو، وبالتالي الحصول على مشروعية إبادة الواقع وإحلال واقع افتراضي تقوم وسائل الإعلام بالدعائية لمشروعية وجوده ليصبح المشاهد شخصاً مسجوناً أمام الشاشة؛ لذلك يرى بودريار أنَّه لم يعد للواقع مرجعاً أو أيّ سلطة، وبالتالي لم يعد معقولاً «لقد غدا واقعاً إستراتيجياً على وجه التحديد»¹ لقد أصبح الإستوديو والشاشة كما يذهب إلى ذلك بودريار هما مركز القيادة في ميدان الحدث، وبالتالي

1. بودريار، الفكر الجذري، ١٣

تغييب الميدان الحقيقى لصالح الميدان الافتراضي للحدث، وهذا يؤكّد - كما يذهب بودريار - قصد تزكية المصداقية على غزو العراق وغيره من دول الشرق الأوسط، بل وغيره من باقى دول العالم - مثال رومانيا وقصد محاكمة وإعدام تشاوسيسكو ١٩٨٩ - ١٩١٨ م^١ وعلى ذلك يرى بودريار أنّ الخبر والصورة لم يعودا في قبضة مبدأ الحقيقة والواقع^٢ بل أصبحا في قبضة المحاكاة أو الاصطناع المحاكم على كلّ أفعالنا من خلال انحرافنا في العوالم الافتراضية، ووفقاً لما ذكره بودريار انعكس هذا على الفرد والمجتمع، حيث فقد الفرد هويّته في ما يسمّى بالشتات الذهني للشبكات^٣ ولم تعد الأفكار الفردية ذات صلة بالموضوع واستعيض عنها بالأصوات والأفعال التي تتردد أصداها في الشبكات بتضليلها وتشويهها، وهو ما أدى إلى نتائج عشوائية غير متوقعة، ولا يمكن لأحد أن يتحكم فيها، حيث استعيض عن الهوية الفردية بالهوية المفرطة (للشبكة أو المجموعة)، ويتساءل بودريار: أليس هذا غريباً على عكس ما نشكو منه من أناية مفرطة، وهوس بالذات والنرجسية 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، فنان) 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 يفضلها، كذلك أصبحت الشبكات الاجتماعية، مثل الفيس بوك عالمًا منغلاً على نفسه حيث يتم اختيار الآخرين وفقًا للتشابه الذي يتجمع حوله الناس فيغلقون تفكيرهم على أنفسهم في شبكات أو مجموعات، ونتيجة لذلك فإنه نادرًا ما يستطيع المرء مساعدة نفسه على التحرر من الاندماج، وبدلًا من ذلك يحدث النقيض، حيث يدمر المرء قيم التسامح والتعاطف والفهم للأخرين الحقيقيين، من خلال انغلاق العقول التي تنحصر في المرسل والمتلقي فتصبح مماثلة من دون أي إبداع، ووفقاً لما يسميه بودريار يحدث نوعًا من الالتواء يؤدي إلى فقدان المعلومات والتنوع في الحياة؛ ولذلك تؤدي الزيادة في المعلومات إلى نتيجة عكسية، حيث ينتج منها ضالة القيمة المعلوماتية؛ ولذلك يؤكّد بودريار من خلال عبارته المشهورة «إنّ ما يزدهر بنفس الطريقة سيهلك بنفس الطريقة»¹ وقد ساعد على ذلك سببان:

أولاً: مع تكنولوجيا الاتصالات يحدث انفجار من الرسائل والصور التي نلتقي بها والتي كثير منها ينشأ نتيجة التكرار، والازدواجية، والتضخيم من خلال صدى شبكة الإنترن特، نظرًا لسهولة انخفاض تكلفة الاتصالات ذلك يسمح ببذل جهد أقلّ مما يتطلب منه تفكيك المعلومات في نهاية الأمر.

ثانياً: إنّ ما يرسله الناس ويختارونه، عبارة عن ثرثرة ينتج منها انخفاض للقيمة المعرفية، التي تؤدي لفقدان القيمة المعرفية في بعض الفئات الاجتماعية، وبالتالي فقدان التفرقة بين الأراء والأفكار، وهذا الأمر يتعارض مع طبيعة الحياة ذاتها، ويشكّل شكلاً من أشكال الانحلال والموت، نتيجة لتعصّب تلك العقول المغلقة، التي تساعد على قتل الحياة الثقافية؛ 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 الفائق، الذي هدم حدود الواقع ليُفتح على أصداده لتصبح هذه الأصداد مندمجة فيه، كذلك لا بد من فهم أن استراتيجية الاصطناع تعني الاختلاف بين الحقيقية والمزيف، فمن منا سيقول مثلًا إن الصور المنقولة على شاشة القنوات الأخبارية بالخصوص غير واقعية أيضًا؟ صحيح أنها نسخ عن الواقع، لكنها استطاعت أن تحل محله 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 الواقع 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 يُعرف بظاهرة المجتمع الاستهلاكي² 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 أنها نهج سوسيولوجي لمجتمع الرأسمالية الاستهلاكية، جاء مع ذروة المفاهيم المعاصرة بين ما ذهب إليه إميل دوركايم (١٨٥٨ - ١٩١٧ م) لتقسيم العمل

1. Baudrillard, The Mirror of Production, 120.

وتحقيق التصنيع للمجتمعات من البساطة والاتساق إلى التخصص والاختلاف، وبين ما ذهب إليه ماكس فير (١٨٦٤ - ١٩٢٠ م) في التفرقة بين الأخلاق البروتستانتية وأخلاقيات الرأسمالية، وبالنسبة لبودريار، كان الاستهلاك هو السمة الرئيسية للمجتمعات الغربية، من حيث إنّه «الاستجابة العالمية التي ترتكز عليها المنظومة الثقافية بأكملها¹». ويطرح بودريار مفهوم الاستهلاك على أنه أصبح وسيلة للتفرقة، وليس للترضية، وهو نتيجة طبيعية لتولي الهيئات والأفراد هذه المسألة حيث تلاشى العالم الحقيقي الواقعى واستعراض عنده بعلامات وهمية من العالم الحقيقي².

وقد دعم ذلك موجات الدعاية والإعلان لسلع تافهة وغير ضرورية، مع تصويرها بأنّ الحياة لا يمكن أن تستمرّ من دونها، حيث أصبحت السلع نتيجة للتواصل الإعلامي والإعلاني عبارة عن منتجات من الممارسات البشرية، مثل (الشالات الهندية، والمسدسات الأمريكية، والخزف الصيني) والتواجد من المناطق المدارية... إلى آخره². وقد نتج من ذلك توّرات شديدة، تفوق بكثير ما أنتجه ظاهرة المجتمع الاستهلاكي من توّرات 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 والأيديولوجيا الليبرالية إلى قيم ومعايير استهلاكية تتحكم بها المؤسسات الكبرى ووسائل الإعلام من خلال نسق من الرموز والعلامات التي لها منطقها الخاص وحياتها الخاصة التي تلغى

1. Baudrillard , America, 122.

2. Ibid, 136.

الحياة الواقعية للبشر، كما عبرت دراساته أيضًا عن الكيفية التي يصنع بها الإعلام والاتصال عالمًا صناعيًّا يمثل واقعًا أكثر واقعية من الواقع نفسه^١، حيث يتحول المجتمع الاستهلاكي المعاصر بهذه الوسائل الإعلامية إلى أسطورة، ولهذا فهو ليس بحاجة إلى إنتاج الأساطير حسب ما يؤكّده بودريار بقوله «يمكن القول إنَّ عصر الاستهلاك بوصفه المال التاريخي لكل المسارات الإنتاجية المتضادة تحت برج الرأسمالية، وهو أيضًا عصر الارتهان الجذريّ، فقد شاع منطق السلطة وعمَّ، إذ إنَّه يسير اليوم سيرورات العمل والمنتجات الماديَّة، مثلما يسير الثقافة بأسرها والحياة الجنسية والعلاقات الإنسانية، وصولًا إلى النزوات الفردية، وهذا المنطق استرجع كُلَّ شيء، لا بمعنى أنَّ كُلَّ الوظائف وكل الحاجات قد تموّضت واستعملت لأغراض الربح وحسب، بل بالمعنى الأعمق أيضًا، حيث تمسّح كُلَّ شيء، أي تبرّج في خيالات، في علامات، في نماذج قابلة للاستهلاك^٢.

ويرى بودريار أنَّ ثقافة المجتمع الاستهلاكي في المجتمعات المعاصرة قد وصلت إلى النقطة التي اختفى فيها الحقيقي واستعيض عنها بنماذج «مصنوعة هي جوهر الواقعية المفترطة؛ ولذلك يتمحور قلق بودريارد حول مشكلة السلعة ودورها في المجتمع والثقافة، وقد أسّس ذلك من خلال الرجوع لفلسفة ماركس العامة في «رأس المال»، حيث جادل ماركس بأنَّ المنطق الأساسي للمجتمعات الرأسمالية هو تراكم الثروة من خلال «الجمع الهائل للسلع الأساسية» التي تظهر في شكلها الأول كسلع فردية^٣ وقد حاول بودريار تحرير هذا المفهوم الذي ساد في القرن ١٩ من خلال فلسفة ماركس، وخاصة أنَّ حقبة ما بعد الحرب

١. منصور، الليبرالية إلى مجتمع الاستهلاك.

٢. ودريار، «المجتمع الاستهلاكي - دراسة في أساطير النظام الاستهلاكي وترابييه»، ٢٥٧.

٣. م. ن: ٢٥٧.

العالمية الثانية كان فيها التقدّم في مجال العلم والتكنولوجيا ممهدًا للأشكال الجديدة لتحليل السلع الأساسية، وهذا الأمر ينطوي على إشكالية خاصة في مجال الاتصالات؛ ولذلك كان تحليل بودريارد متبعًا المشكلة الأساسية للسلع الأساسية بوصفها «المشكلة الهيكيلية لجميع المجتمعات»^١، وكان بودريار يتوقع أهمية دور الاتصال في تحليل السلعة، وبالتالي كان ينظر في تحليله نموذج السلع الأساسية من خلال عدسة «شبه اللغويات» حيث تقع أهمية الاتصال في تحليل الظاهرة الاجتماعية التي لم يتمكّن ماركس من القيام بها؛ ولذلك وجد بودريار أنّ ماركس لم يكن قادرًا على فهم شكل أبسط مفهوم للسلع الأساسية؛ ولذلك رأى أنّ تحرير التكنولوجيا في الثورة الصناعية لم يكن تحريرًا لقوّة محضره، لكنّه كان تطوّرًا 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 الحقيقة، وأنّ الأحداث لم تعد وفقًا لمنطق التمثيل الشفاف أو اقتصاد المعلومات^٢. وقد جادل بودريارد في أنّ الزيادة في العلامات والرموز في أواخر القرن العشرين للمجتمع العالمي قد تسبّبت في كثير من المفارقات المتناقضة.

وفي الواقع سقطت الثقة في الليبرالية والماركسيّة، وأصبحنا نعيش في حالة من الجدل؛ نظرًا 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، وتفلت القوة من سيطرة الشركات، وتدخل في الأساطير الاجتماعية بوصفها المورد المفتوح للجميع، وبرئاً، ومتميّزاً عن العملية السياسية؛ ولذلك أصبحت التكنولوجيا ليست مجرد أداة للهيمنة على الطبيعة بل هي أداة للإتقان الاجتماعي. وقد ساعد على ذلك ما يعرف بالفكرة الجذرية ذلك المصطلح الذي نحته بودريار، فماذا يقصد بهذا الفكر؟

الفكرة الجذرية

الفكرة الجذرية عند بودريار ليس فكراً نقدياً أو جديداً، بقدر ما يكون فكراً تأرجحياً يقوم على التسليم بفكرة العلاقة المتوافرة بين الفكر والواقع، بمعنى عدم إحلال الواحد محل الآخر أو النيابة عنه؛ وهذا راجع في نظره إلى عجز الفكر عن امتلاك الواقع الفعليّ لصالح الواقع الوهميّ أو المتخيل أو بمعنى آخر الافتراضيّ، وبلغة أخرى «فالفكرة الجذرية» حسب بودريار هو موت الواقع، إنه الفكر الذي يتبنّى ويحتضن المعنى واللامعنى أو الحقيقة والزيف في الوقت نفسه، نظراً لاستحالة تجاوز حالة التوتر الذي صنعه الواقع المفرط، ويشير بودريار تساؤلات متكررة حول ما سمّته ما بعد الحداثة بميتافيزيقا الواقع، نظراً لنتائج التطور التكنولوجي والمعلوماتيّ التي عملت على تغييب الواقع والدعوة لنقيضه من خلال الواقع الافتراضيّ الذي يتميّز بإيقاع زمنيّ سريع يفوق قدرة الإنسان على متابعته ومسائرته؛ لذلك تمكّن من الإحلال محلّ وعياناً وقدراتنا الإدراكية، وأصبح ينوب عنه في ممارسة مهامه، وهو في الواقع الحال أصبح يعني تخلّي الإنسان نفسه وبشكل طوعيّ عن أدوات إدراكه؛ فعلى سبيل المثال لم يعد يثق في حواسه الطبيعية التي منها العين بما تراه وتبصر؛ لأنّ شاشات التلفزة وتقنيات المعلوماتيات أصبحت تمدّه بما لا تستطيع عينه رؤيته، وقد أنتج ذلك لنا

وضعاً على مستوى آخر هو تجاوز المكان لصالح الزمن؛ لذلك احتفت أهمية المكان بفعل سرعة إيقاع السرعة، فلم يعد مفيداً التمييز بين الماضي والحاضر والمستقبل، ولم يعد مفيداً التمييز بين هنا وهناك؛ لأن ذلك أصبح عبارة عن وهم بصرىٰ.

ومن هنا تم تدمير الأزمنة الثلاثة السابقة الذكر، لصالح زمنين اثنين هما: الزمن الحقيقىٰ، وهو بالذات زمن البث المباشر، والزمن المؤجل وهو بالذات زمن البث اللاحق ويقصد بودريayar بذلك أن قيمة الفكر لم تعد تستمد من تطابقها مع الحقيقة بقدر ما أنها أصبحت تستمد من اختلافه الجذري عنها بمعنى أن موقعه ووجوده وعيينا قد أصبحا خارج الزمن الواقعي أو لنقل إن وجوده أصبح دوماً وجوداً مؤجلاً، وفي هذا يقول بودريayar إننا لا نجد واقعياً إلا فيما سماه «اللاوعي والنوم والموت»¹، فالوعي أصبح هو الإيمان بالوجود الوهمي للعالم الذي اعتبره أساس الوجود، لا الإيمان بالواقع، وفي هذا يقول بودريayar: «إن الغريزة الأهم بالنسبة للإنسان هي غريزة الصراع ضد الحقيقة، وبالتالي ضد الواقع، فالإيمان بالواقع هو بمنزلة الحلقة الأكثر ضعفاً في فهم الواقع أو العالم الذي لا يعلو كونه قد أصبح، حسب تعبير بودريayar» المأوى الأخير لحراس العقيدة² ويرى بودريayar أن العلاقة التي تربط الفكر بالواقع لم تكن ولا يمكن أن تكون علاقة تطابق بقدر ما هي علاقة توتر مستمر وأبدى؛ ومن هنا فأهمية الفكر الجذري ووظيفته تكمنان في إبراز الهوة القائمة بينهما؛ وهذا ليس بتيئيس بقدر ما هو كذلك بالنسبة للنقد السياسي الذي يتتجاهل أهمية الكتابة التي هي المعنى واللغة، أو لنقل إنه نقد يتتجاهل الخطاب الذي هو عبارة عن تحويل لمواضيع

1. Baudrillard , The Illusion of the End, 22 & 33.

2. Ibid, 33.

العالم إلى وهم يسمى «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 أمل¹. 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 المزيف 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»².

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 وجهاً يتجلّسان بوفرة في تلك الذات المغتربة، حيث تنسحب الذات من العالم الواقعيّ لتبدل جزئياً أو كليّاً، اجتماعياً أو عقائدياً أو سياسياً أو ثقافياً أو جميعهم، فتُنشئ هوّيتها الخاصة في أرض افتراضية جديدة حيث اللاقانون يحكم، وفوضى الحرّية التي تعدّ النظام الأساسيّ فيه، فتصبح تلك التربة هي الأرض الخصبة لإنبات تلك الهويّات المستحدثة للذات بدليلاً من هوّيتها الواقعية. مما يعكس أثره في العالم الواقعيّ في شتّى اتجاهاته الاجتماعية والدينية والأخلاقية... إلخ، ولعلّ هذا الانسحاب المتتسارع من العالم الواقعيّ للعالم الافتراضيّ دليلاً على

1. Baudrillard, The Illusion of the End, 33.

2. http://mohammed-boujnal.blogspot.com.eg/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 المتطرفة والتي بدورها لا تحتاج إلى تعقيدات أو روتين في إبداء الرأي أو إثبات الحجّة أو أذونات عدّة لتقديم هذا الرأي لأحدهم أو لجماعة ما، بل يمكنك ببساطة زرّ واحدة أن ترسل رأيك ومضمون فكرك لمئات أو ألف أو يزيد، معلنًا به على الملايين العالم الواقعي لن يستطيع مجاراة تلك السرعة أو التطور التكنولوجي اللذين توغلًا إلى صميم حياتنا، فأصبحنا ناقوس خطر يدق باستمرار ليخبرنا أنّنا نعيش في وجود افتراضي بعيد كلّ البعد عن العالم الحقيقي، ليتكون هذا الواقع المفرط بعد دمج الواقعين الحقيقي والافتراضي، والذي لا نتيجة له إلا موت الواقع الحقيقي، حيث الاصطناع هو الذي يقول الكلمة التي تسمعها الآذان وتعيها العقول، وحيث كلمته هي الكلمة الأخيرة.

لائحة المصادر والمراجع

١. بودريار، جان، الفكر الجذري، أطروحة موت الواقع ترجمة منير الحجوبي وأحمد القصوار دار توبقال للنشر العام ٢٠٠٦.
٢. _____، «المجتمع الاستهلاكي»- دراسة في أساطير النظام الاستهلاكي وتراثه، ترجمة خليل أحمد خليل - دار الفكر اللبناني - 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 المتمدن:
<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. ChrisTurner, London & NewYork:Verso, 1988.
12. http://mohammed-boujnal.blogspot.com.eg/2011/09/blog-post_3742.html

الفصل الثالث:
نقد الميديا الاستعمارية

الميديا اليهودية ملهمة التضليل الكبرى في السيطرة على العالم

خضر إبراهيم^١

لا شك بأن سلطة اليهود على الكثير من الأجهزة الإعلامية العالمية، وكذا المؤسسات الدولية - أمر لا يستطيع أحد إنكاره؛ فهم يعملون ليلاً نهاراً لتحقيق هدفهم المنشود في السيطرة على العالم، واحتواه شعوبه، والسيطرة على مقدراتها والتأثير على وعيها. ولقد خطط اليهود على مدى أجيال طويلة لتحسين صورة اليهوديّ، ولم يجدوا وسيلة لذلك إلّا السيطرة على وسائل الإعلام العالمية؛ ففي عام ١٨٩٧م كان المؤتمر الصهيونيّ الأول الذي انعقد برئاسة «تيودور هيرتزل» في مدينة (بازل) بسويسرا - نقطة تحول خطيرة؛ إذ أبدى المجتمعون أن مخطّطهم لإقامة دولة إسرائيل لن يكتب 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 ما غازين»، وغيرها، وقد نشرت إحصائية عام ١٩٨١م تشير إلى أنّ مجموع ما توزّعه كل يوم ١٥ صحفة بريطانية واقعة تحت السيطرة الصهيونية - في بريطانيا وخارجها - يبلغ حوالي ٣٣ مليون نسخة. وفي أميركا تقدّم المطبع يومياً بـ ١٧٥٩ صحيفة يتلقّفها 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. أمّا 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 دوراً فعّالاً في تكريس النفوذ الصهيوني في فرنسا.

وبطبيعة الحال فإن الاستحواذ اليهودي على وسائل الإعلام لم تقتصر على الصحافة المكتوبة، بل تعدّتها 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 الأميركي: إنتاجاً، وإخراجاً، وتمثيلاً، وتصويراً، وмонтажاً - هم من اليهود. هذا فضلاً عن امتلاكهم شبكات التلفزيون الأميركيّة، وهي أقوى الشبكات في العالم؛ حيث تقع في معظمها تحت نفوذ اليهود، وقد امتدّت أذرع الأخطبوط الصهيوني إلى المسارح أيضاً، وتحكمت في توجيهها¹.

ـ 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 سيدات الدول والمجتمعات المدنية، فقد عمل رأس المال اليهودي من أجل الاستحواذ على هذا السلاح مع سقوط المعسكر الاستراتيجي وببداية عهد المجتمع الليبرالي

1. Selon les catégories de la médiologie de Régis debray. Voir par exemple, le Cours de médiologie générale, gallimard. 1991.

العالميّ. ومن المعروف أنّ استراتيجية الدعاية الأميركيّة تستند إلى ماكينة هائلة من المؤسّسات الكبّرى المنتجة والموّجهة للصوت والصورة والخبر. وبحسب الخريطة المقرّوءة، فإنّ هذه الماكينة تتشكّل من خمس إمبراطوريّات يتسلّط عليها متّمّلّون يهوداً^١. وهو ما يضفي على مبدأ السيطرة طابعاً فريداً يمكن من خلاله تبيّن علاماته الفارقة من انحراف هذه الإمبراطوريّات في إطار خطط الهيمنة على المنطقة وعبر المشاركة في الحروب الإقليميّة في آسيا والشرق الأوسط. أمّا هذه الإمبراطوريّات فهي على الوجه التالي:

أولاً: تُعدّ شركة أميركا أون لاين أكبر إمبراطوريّة إعلاميّة أميركيّة 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، اليهوديّ جيرالد ليفين كبير المديرين التنفيذيّين 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 الإنترت في الولايات المتّحدة، بل في أميركا الشماليّة عموماً.

ثانياً: شركة «ولت ديزني» وقد بلغت وارداتها عام ١٩٩٧ ثلاثة وعشرين مليار دولار، ورئيسها وكبير مدريديها التنفيذيّين هو اليهوديّ مايكل أيزنر، الذي تصفه بعض وسائل الإعلام بأنّه «مهوس بالسيطرة». وتتبع شركة ديزني مجموعة من الشركات المتخصّصة بالإنتاج التلفزيونيّ، مثل «ولت ديزني تيليفجن»، و«تاتشستون تيليفجن»، و«بوينا فيستا تيليفجن»، بالإضافة إلى شبكات الكايليل 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» الإلكترونيّة للأباء 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«تاشنستون بيكتشرز»، و«هوليود 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 تبع لشركة وولت ديزني شبكة إيه إس بي إن، ورئيسها هو اليهوديّ ستيفن بورنشتاين. ولهذه الشركة أيضًا سلسلة من قنوات الكابل والإذاعات التي تغطي جميع أنحاء الولايات المتحدة. كما تمتلك الشركة مؤسّسة «فير تشايلد بابليكشن» للنشر التي تقوم بإصدار العديد من المجلّات المتخصّصة.

ثالثًا: مجموعة «فياكوم» التي يترأسها (ويملك ٧٦ بالمئة من أسهمها) اليهوديّ سومنر ريدستون. وتمتلك هذه المجموعة ١٣ قناة تلفزيونية، ١٢ محطة إذاعية، وتنتج برامج تلفزيونية للشركات الأخرى.. كما تقوم بإنتاج الأفلام السينمائية عبر شركة «باراماونت بيكتشرز» التي ترأسها اليهوديّة شيري لانسينج. وتضمّ الشركة أقسامًا للنشر، وتقوم بتوزيع الفيديو عبر أربعة آلاف محلٍ في الولايات المتحدة، بالإضافة إلى العديد من الاختصاصات الأخرى المشابهة. ولكن شهرة مجموعة فياكوم تأتي من كونها أكبر شركة للبرامج عبر الكابل. وتتبع لها شركات مثل شوتايم، وإم تي في، وشبكة نيكلوديون المخصّصة للأطفال، وتتّمّع 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 يملّكها ويديرها اليهوديّ إدغار برونفمان (الابن)، وإدغار هذا هو ابن رئيس المؤتمر اليهوديّ العالميّ إدغار برونفمان (الأب). ويعتّلّ ابن شركتي إنتاج ضخمتين هما إم سي إيه، ويونيفرسال بيكتشرز (وقد

اندمجتا الآن تحت اسم يونيفرسال ستوديوز). وقد أصبح برووفمان أكبر عاملة التسجيلات عندما قام سنة ١٩٩٨ بشراء شركة بوليجرام - عملاقة التسجيلات الأوروبية - بعد أن دفع ٦,١٠ مليار دولار لشركة الإلكترونيات الهولندية فيليبس. وتمتلك شركة بوليجرام أيضاً شركات جراموفون الهولندية، وديكا لندن، وفيليبس، وجميعها شركات التسجيلات. ويبلغ دخلها السنوي نحو من ١٢ مليار دولار. وتعتبر شركات التسجيلات التابعة لهذه المجموعة أول من ابتكر تلك الموسيقى الزنجية التي سُمِّي موسيقى الراب»، والتي تتميز أغانيها بحضور السود على العنف والعدوانية وانتهاء الأعراض، وفق نظرية تقول إنَّ السود يميلون عرقياً لمثل هذه التزاعات.

خامساً: وهي الأشهر في مجال الإعلام المرئي ويلملها اليهودي الأسترالي روبرت مردوخ. تضم هذه الإمبراطورية الإعلامية مجموعة شركات مثل شركات فوكس تيليفجن نيويورك، وتوينتيث سينتشري فيلمز، وفوكس ٢٠٠٠، وبلغت وارداتها عام ١٩٩٧ أكثر من ١١ مليار دولار. وتشرف مجموعة فوكس على كل الأنشطة السينمائية والتلفزيونية والخاصة بالنشر ضمن الولايات المتحدة. ويترأس هذه المجموعة اليهودي بيتر تشيرن، الذي هو في الوقت ذاته كبير مدريديها التنفيذيين. وتحت إمرة تشيرن تعمال اليهودية لاورا زيسكين رئيسة لشركة توينتيث سينتشري فوكس. كما يعمل في إمرة تشيرن اليهودي بيتر روث كرئيس لشركة فوكس إنترتينمنت. ومن المعروف عن تشيرن قوله: «إنني أريد السيطرة على الأفلام التي تعرض في كل أنحاء العالم... ما الذي يمكن أن يكون أمنع من ذلك؟».

إلى جانب الإمبراطوريات الخمس المشار إليها تأتي الفضائيات لتضيف إلى مجتمع الإعلام العالمي نكهة زائدة، وقد كان لها ولا تزال في الساحة الأميركيَّة

الميدان الواسع لممارسة لعبة السيطرة على اتجاهات الرأي العام العالميّ. وقد كانت أهمّ ثلات قنوات تلفزيونية أميركيّة فيما مضى هي إيه بي سي، ونبيبي إس، وإن بي سي.. وذلك قبل أن تعزّز الإمبراطوريّات الإعلاميّة اليهوديّة قبضتها على هذه السوق وتبتلع تلك القنوات.. ولكن عندما كانت تلك الشبكات مستقلّة، كان يسيطر عليها جمِيعاً اليهود، منذ إنشائها.. إذ سيطر على إيه بي سي ليونارد غولدينسون، وسيطر على إن بي سي ويليام بالي، ثم لورنس تيش، وكلاهما يهوديّان كما أسلافنا. وخلال عقود من عمل هذه الشبكات كانت تمتلك باليهود من الصحفائيّين والإداريّين والفنّيّين، وعندما تم ابتلاع هذه الشبكات من قبل إمبراطوريّات أكبر حجماً، انتقل هذا الثقل إلى الإمبراطوريّات نفسها، التي كان يسيطر عليها اليهود أساساً.

روبرت مردوخ وأسطورة الميديا

وفي مجال السيطرة اليهوديّة على وسائل الإعلام الحديثة، لا سيّما منها الفضائيّات، لا بدّ من الإلفات إلى الدور الكبير الذي لعبه روبرت مردوخ في هذا المجال. والمعروف أنّ مردوخ هو رجل أعمال يهوديّ أستراليّ يحمل الجنسية الأميركيّة (من مواليد ١١ مارس ١٩٣١) ويعتبر قطباً من أقطاب التجارة والإعلام الدوليّ، حائز على شارة المرتبة الأسترالية وصليب مرتبة القديس جورج الأكبر. أصبح مردوخ المدير العام لشركة نيوز ليميتد¹ «الأخبار المحدودة» في أستراليا، والتي ورثها عن والده، في عام ١٩٥٢. وهو مؤسّس، ورئيس مجلس الإداره والرئيس التنفيذي للشركة القابضة للإعلام الدوليّ نيوز كوربوريشن² التابع لها قناة فوكس نيوز الأخباريّة المشهورة بمناصرتها المطلقة لإسرائيل وعدائها

1. News Limited

2. News corporation

الشديد للقضية الفلسطينية. تعتبر شركة نيوز كوربوريشن ثاني أكبر تكتل لوسائل الإعلام في العالم. تتبع م Murdoch أيضا الشركات التي خلفت نيوز كوربوريشن بعد انقسام التكتل في ٢٨ يونيو / حزيران ٢٠١٣، وهي مؤسسة الأخبار نيوز كورب^١ وشركة فوكس للقرن ٢١ للأفلام الأمريكية^٢.

استحوذ Murdoch في الخمسينات والستينات من القرن الماضي على العديد من الصحف المتنوعة في أستراليا ونيوزيلندا، قبل أن يتوسع في المملكة المتحدة في عام ١٩٦٩، واستولى على جريدة نيوز أوف ذهورلد «أخبار العالم»، وتبعها بقليل جريدة ذا صن «الشمس» الشعبية. انتقل إلى نيويورك في عام ١٩٧٤ للتوسيع في السوق الأمريكية، لكنه حصر اهتمامه في أستراليا وبريطانيا. في عام ١٩٨١، اشتري Murdoch صحيفة ذي تايمز «المواعيد»، أول صحيفة له من القطع الكبير في بريطانيا، وأصبح مواطناً أميركياً بالتجنس في عام ١٩٨٥.

في عام ١٩٨٦، ولحرصه على تبني أحدث تقنيات النشر الإلكتروني، قام بتوحيد ودمج عمليات الطباعة في المملكة المتحدة في مقر بحري وينج شرقي لندن، مما تسبب في نزاعات صناعية مديدة. استحوذت شركته نيوز كوربوريشن على شركة فوكس للقرن العشرين للأفلام الأمريكية^٣ عام ١٩٨٥، وشركة هاربر كولينز^٤ للنشر والطباعة عام ١٩٨٩ وصحيفة وول ستريت جورنال^٥ عام ٢٠٠٧. قام Murdoch بتكوين شركة بي سكاي بي «سكاي البريطانية للبث الفضائي» في عام ١٩٩٠ وخلال التسعينات توسيع في شبكات البث الفضائي 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 الجنوبية. بحلول عام ٢٠٠٠، أصبحت شركة مردوخ «نيوز كوربوريشن» تمتلك أكثر من ٨٠٠ شركة في أكثر من ٥٠ بلداً في العالم بصفة أصول يصل لأكثر من ٥ مليارات دولار.

في يوليو ٢٠١١، واجه مردوخ مزاعم بأنّ شركاته، بما في ذلك «أخبار العالم» نيوز أوف ذهورلد البريطانية المملوكة لشركة «نيوز كوربوريشن»، قد تجسّست بانتظام على هواتف مشاهير، وملوك ومواطنيين عامة. يواجه مردوخ تحقيقات حكومية وشُرطية من قبل الحكومة البريطانية تتعلق بالرشوة والفساد وتحقيقات تتبع مكتب التحقيقات الفيدرالي في الولايات المتحدة. [وفي ٢١ مايو ٢٠١٢، استقال مردوخ من منصبه كمدير لشركة نيوز إنترناشونال «الأخبار العالمية» للنشر وهي شركة فرعية مملوكة بالكامل لشركة نيوز كورب.^١ في عام ٢٠١٤، أدرج مردوخ في ساحة التلفزة للمشاهير لإنسهاماته في مجال التلفزة.^٢ .

– دور «الإيماك» في الهيمنة الإعلامية

إذا كانت الهيمنة اليهودية على الإعلام العالمي قد وجدت ميادينها الواسعة في الولايات المتحدة الأمريكية بصفة أساسية، فذلك يعود إلى الشأن المتعاظم لقوى الضغط اليهودية التي تسيطر على العصب المالي والاقتصادي والثقافي هناك.

وفي هذا المجال يبيّن العالم الاقتصادي رودريغ ترامبلي^٣ الدور الذي تحتمّل منظمة «الإيماك» في الحياة الأمريكية، فيقول:

1. News Corp

2. السيرة الذاتية لروبرت مردوخ وردت في تقارير اجتماعات منتدى دافوس الذي انعقد في العام ٢٠٠٧ وحضره مندوبون عن الدول الصناعية الكبرى وناقشو فيه آخر تطورات الاقتصاد العالمي وسبل تطويره.

3. أستاذ فخري في العلوم الاقتصادية في جامعة مونتريال في كندا و كان وزيراً للصناعة والتجارة في حكومة الكبيك بين عامي ١٩٧٦ و ١٩٧٩

«لَا أحد يستطيع أن يفهم ما يجري سياسياً في الولايات المتحدة من دون أن يكون مدركاً بأنَّ التحالف السياسيَّ بين الجماعات الرئيسيَّة المؤيَّدة لليهود والمفكِّرين من المحافظين الجدد المؤيَّدين لإسرائيل والصهاينة المسيحيَّين؛ ذلك بأنَّ هذا التحالف يمارس تأثيراً شديداً جدًّا على الحكومة الأميركيَّة وسياساتها. ومع مرور الزمن بسط هذا اللوبي الواسع المناصر لإسرائيل والذي تشكَّل رأس حربته اللجنة الأميركيَّة للقضايا الإسرائيليَّة العامة (الإيياك) مجتملاً هيمنته على أقسام كبيرة من الحكومة الأميركيَّة، ومن بينها مكتب نائب الرئيس والبتاباغون (وزارة الدفاع) ووزارة الخارجية، بالإضافة إلى السيطرة على الجهاز التشريعيَّ للكونغرس. ويعاونه في مهمَّته حلفاء أقوياء داخل الحزبين السياسيَّين الرئيسيَّين، وفي أكبر وسائل الإعلام وبعض علب الأفكار («حلقات المفكِّرين») المملوكة بسخاء، مثل معهد المشاريع الأميركيَّي، ومؤسسة الميراث، أو معهد واشنطن للأمن في الشرق الأدنى.

و«الإيياك» هو القطعة الرئيسيَّة في هذا الجهاز المنسق. كمثل على ذلك، فإنَّ هذه القطعة تحفظ إحصاءات الانتخابات عن كلِّ نائب أو شيخ تبلغ فيما بعد إلى الممولين السياسيَّين كي يعملوا وفق تلك النتائج، والإيياك تنظم أيضاً بصورة منتظمة رحلات إلى إسرائيل مدفوعة النفقات، وفضلاً عن لقاءات مع وزراء إسرائيليين وشخصيات لأعضاء الكونغرس وموظفيهم ولسياسيَّين ناشطين على مستوى الولايات أو على المستوى المحلي. إنَّ عدم استلام هذه الإجازة هو إعاقة كبرى لأي سياسيٍّ الأميركيَّ طموح، حتى ولو كان باستطاعته أن يعتمد على ثروته الخاصة. ففي واشنطن، ومن أجل الوصول إلى المقرِّرين بشكل أفضل طور اللوبي عادة استجلاب الموظفين العاملين في مكاتب الشيوخ وأعضاء المجلس التشريعيَّ. وعندما تبدأ الانتخابات يتأكَّد اللوبي بأنَّ السياسيَّين الفاترین، الميالين

إلى الاستقلال أو المنشقين سيعاقبون ويُهزمون، وأنه بهذه المهمات يؤلف مصدرًا لسلطة سياسية كبيرة من خلال تمويله للحملات الانتخابية، والدعاية السياسية في وسائل الإعلام، بحيث إن أي سياسي أميركي لا يمكنه أن يجرؤ على تجاهل طلباته من دون أن يخشى من أن يتحول إلى حطام. وكما أكد مؤخرًا المحلل الأخباري المحنك روبير نوفاك، بفضل تأثير إلياك وللوبى فإن «واشنطن تظل بصورة كبيرة منطقة لثنائية حزبية خالية من الانتقاد لإسرائيل».¹

ولا شك في أن هذا الواقع يمكن فهمه بكثير من اليسر، فتقنيات الإلياك فعالة جدًا لدرجة أنها تعطي الانطباع بأنها «حكومة موازية» لواشنطن (دي سي). وبحسب كلمة رئيسها هوارد فريدمان المدونة في نشرة تتجاوز في ادعائهما كل حد ووجهة إلى المتعاطفين، إنها تستند بنوع خاص على تقنيتين اثنتين هما: أولاً: إن الإلياك تلتقي كل مرشح يسابق الزمن نحو الكونغرس. هؤلاء المرشحين يستلمون بيانات مفصلة تساعدهم على فهم كامل لتعقيد وضع إسرائيل السيئ أو الشرق الأوسط بمجمله: فنحن نطلب من كل مرشح أن يكتب «ورقة وقف» حول وجهات نظره (عن تقرير الصيف)، و موقفه حول هذا الموضوع يصبح بهذا الشكل واضحًا.

ثانيًا: «إن أعضاء الكونغرس وطاقم وموظفي الإدارة منقادون للإذعان لأبحاث الإلياك. فهم أناس منشغلون جدًا ويعرفون أن بإمكانهم الاعتماد على الإلياك في تحليلاتها البعيدة النظر. فنحن نقدم هذه المعلومات بشكل موجز للموظفين المنتخبين. فالمعلومات والتحليلات لا يُلبس عليها مطلقاً. وفي النهاية فإن سمعتنا على المحك. وهذا ما يتربّب عليه سياسة وتشريع يؤمنان ببقاء إسرائيل».

1. Rodregue 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 متخفّياً بفضل وسائل الإعلام التي كان يسيطر عليها وبفضل غالبية المعلقين، إلّا أنّه في ١٠ آذار (مارس) عام ٢٠٠٦ نشر اختصاصيّان أميركيّان محترمان هما البروفسور ستيفان والت من جامعة هارفرد وجون ميرشيمير من جامعة شيكاغو دراسة في المجلة اللندنية تحت عنوان «اللوبي الإسرائيلي وأمن الولايات المتحدة». وهذه الدراسة تتركّز حول موضوع التأثير اللامتكافئ الذي يملكه لوبي المصالح الخاصة هذا على السياسة الخارجية للولايات المتحدة». وتقول الدراسة إنّ الإيباك «هي المنظمة الأكثر قوّة والأكثر شهرة» للوبي الإسرائيلي، والتي تفسد بصورة منهجيّة السياسة الأميركيّة الخارجية. وفي ختامها تظهر الدراسة أنّ إسرائيل لعبت دوراً كبيراً الدفع إدارة بوش في حربها ضد العراق، وبرهنت على أنّ تأثير اللوبي المؤيد لإسرائيل على السياسة الأميركيّة الخارجية كان سيّئاً، سواء بالنسبة لإسرائيل أو للولايات المتحدة، وبعد هذا لا يستطيع أحد أن يفتعل تجاهلاً للتأثير المدمر لهذا اللوبي القوي على سياسة الولايات المتحدة الخارجية. ونقدّم مثلاً آخر عن أنواع السلطة التي يتمتّع بها اللوبي في يومنا الحالي في واشنطن (دي سي) وهو نجاحه في إنشاء وكالة ذات مصالح خاصة داخل وزارة الخارجية تدعى «مكتب اللاسامية 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 وقعه الرئيس جورج ولكر بوش في ٦ تشرين الأوّل (أكتوبر) عام ٢٠٠٤. إلى هذا فإنّ للمسيحيّين الصهاينة

الشهيرين أيضًا تأثيرات حاسمة على السياسة الأميركيّة الخارجيّة، وبالأخصّ ما يتعلّق منها بالشرق الأوسط، فلقد حقّقت دعايّتهم نجاحًا كبيرًا إلى درجة أنّ هناك اليوم نحو ٤٠٪ من الأميركيّين يؤمّنون بأنّ إسرائيل قد أعطيت مبادرة من «الله» إلى الشعب اليهوديّ، بل إنّ ثلث الأميركيّين يؤمّنون بأنّ تكوين دولة إسرائيل عام ١٩٤٨ بعد الحملة الإرهابيّة ضدّ بريطانيا العظميّة كانت مرحلة نحو «المجيء الثاني ليسوع المسيح» و«نهاية الأزمان». وبالنسبة للأكثر تعصّبًا فيهم فإنّ «الحرب على الإرهاب» تعني، مهما كان نوعها، حرب أديان بين المسيحيّة والإسلام. مع أفكار من هذا النوع سوف يدفع العالم أربعة قرون إلى الوراء، حيث إنّ آخر الحروب الدينية، وهي حرب الثلاثين سنة بين البروتستانت والكاثوليك الأوروبيّين قد استعرت بين أعوام ١٦١٨ و ١٦٤٨.

في أيّامنا الحاليّة يملك اليمين الدينيّ مكتباً للمصالح الخاصّة في وزارة الخارجيّة. يدعى مكتب الحرّيّة الدينية الدوليّة، ومهمّته الرئيسيّة هي التدخّل في القضايا الداخليّة للبلدان الأخرى.

الإعلام الإسرائيليّ كنموذج تطبيقيٌّ

بطبيعة الحال لا يمكن تناول الإعلام اليهوديّ العالميّ منهجيًّا بصورة منفصلة عن الإعلام الإسرائيليّ؛ ذلك لأنّ هذا الأخير يشكّل النموذج التطبيقيّ المباشر للرؤى اليهوديّة الأصلية.

من أجل ذلك فإنّ فهم الرؤى التي تحكم المنطلقات النظريّة الحاكمة على الرسالة التي تبثّها الوسائل الإعلاميّة الإسرائيليّة، تستلزم وعيًّا للمرتكزات والمفاهيم التي استندت إليها تلك الوسائل، باعتبارها - أي المرتكزات - واحدة من الأدوات الأساسية المحدّدة لشكل ومضمون الرسالة الإعلاميّة، والإطار الجامع لعناصر التعبئة الأيديولوجية، وبالتالي فهي المؤثّرة في تحديد السياسات

المتّبعة، والأساليب المستخدمة في عملية توصيل تلك الرسالة... وعلى هذا فقد قامت الحركة الإعلامية الإسرائيليّة على جملة من المركّزات الدعائّية التي يمكن تلخيصها بالتالي:

أ. خرافات الأرض الموعودة:

استناداً إلى مقوله الأرض الموعودة، ومنذ إنشاء الكيان الصهيونيّ، ركزت الإيديولوجية الصهيونية من خلال الماكينة الإعلامية على اجتذاب العنصر اليهوديّ من كافة بقاع المعمورة تحقيقاً للوعد الربانيّ بالأرض الموعودة، وأضيف إليه بعد إنشاء الكيان الصهيونيّ فكرة جوهريّة، حيث جرى تصوير إسرائيل الملاجأ الوحيد الذي يمكن لليهود اللجوء إليه لكي يتخلّصوا من الاضطهاد العالميّ^١.

ب. نظرية الأرض بلا شعب:

وهي المقوله التي اتّخذت سمة الاستمرارّية للشعار الذي كانت الحركة الصهيونية 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 المقوله والعمل على تثبيتها في عقول الرأي العام - الغربيّ تحديداً - وذلك بهدف إظهار دور الحركة الصهيونية بأنه دور إحيائيّ إعماريّ، وليس إلحاديّ استعماريّ... وفي هذا يقول حاييم ويزمان - أول رئيس لإسرائيل - في مستهلّ خطاب ألقاه أمام اجتماعيّ صهيونيّ عُقد في باريس: «لقد كانت الصهيونية في مراحلها الأولى، كما أَسَّسَها الرّوّاد، عبارة عن حركة تعتمد كليّاً 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. سلام، حسين، صورة العرب والمسلمين في الإعلام الإسرائيليّ، ٢٨.

٢. العالّف، فيصل المركّزات والوسائل الدعائّية في الحرب النفسيّة الإسرائيليّة، ٥٣.

ج. مقوله جمع الشتات:

إن إحدى أعقد المشكلات التي واجهت البدايات التأسيسية للدولة العبرية الفتية كانت في إيجاد عناصر الصهر الاجتماعي بين التشكيلات المجتمعية المتعددة التي هاجرت إلى إسرائيل، فاختلاف الأعراق والجنسيات، وبلدان المنشأ، وحتى اللون، بين اليهود المهاجرين إلى فلسطين أوجد حالة من التشرذم الاجتماعي، دفع بتلك المجموعات نحو تشكيل ما يشبه القطاعية الاجتماعية حيث تشكلت 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 وأبواهم 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- مقوله الأخطار المحدقة:

وهي المقوله التي عملت الدعاية والإعلام الصهيوني - وما زال - على استخدامها بقوة، أكثر من أي مقوله أخرى، وتقوم على أن إسرائيل ومن جوانب عدّة، يهدّدها الخطر بشكل دائم. وعرضة لأن تزالت من قبل محيطها في كل وقت، فمن الناحية الجغرافية هي دولة صغيرة الحجم قياساً إلى الدول الأخرى المعادية لها، ومن الناحية السكانية فهي تشكل أقلية (يهودية) بين بحر من المسلمين المحيطين بها، إضافة إلى كون هذا المحيط هو محيط مادي بشكل كامل - على الأقل حتى العام ١٩٧٨ - حين عقدت معااهدة السلام مع مصر.

وقد حاول الإعلام الإسرائيلي، منذ البدايات الأولى لقيام الكيان الصهيوني، الاستفادة من هذه المقوله لاستقطاب الرأي العام العالمي، واستدرار العطف الغربي ناحية الدولة من أجل تأمين حمايتها، والعمل الدائم على توفير الدعم اللازم لها، وإيقائها في حالة من التفوق العسكري والاقتصادي بالمقارنة مع محيطها المتفوق عليها جغرافياً وسكانياً.

...وبالإجمال، فقد بنى الإعلام الإسرائيلي، بهذه المقولات، استراتيجيةاته 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 أسمهم به في تثبيت الرؤية الصهيونية لبناء دولة إسرائيل بوحي من تلك المركزات^١.

هـ. مقوله يهودية الدولة:

يحتل شعار يهودية الدولة موقع الصدارة في «الميديا» الإسرائيلية، فقد تبيّن أن هذا الشعار يكاد يكون السلاح الأيديولوجي - الديني الأخير الذي يراهن عليه العقل الإسرائيلي لإعادة الاعتبار للإجماع القومي المهزوز. ففي فترة حكم رئيس الوزراء بنيامين نتنياهو ركّزت وسائل الإعلام المختلفة، وفي مقدمهافضائيات اليهودية في داخل إسرائيل وخارجها، على تسويق فكرة الدولة اليهودية الصافية بما يتربّب على هذه الفكرة من توظيف للإعلام بأشكاله كافة. وإذا كان نتنياهو 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. سلامه، 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 أنّ مصطلح يهودية الدولة الذي امتلأ به وسائل الإعلام الإسرائيليّة في الفترة المعاصرة، لم يكن حديث العهد. بل ظهر بقوّة في أدبيّات المؤتمر الصهيونيّ الأول الذي أنهى أعماله نهاية آب (أغسطس) ١٨٩٧ في مدينة بازل السويسرية^١.

شبكة الإعلام الإسرائيليّ، وظائفها وأدبيّات عملها

لقد اهتمّت المنظمة الصهيونية العالميّة منذ تأسيسها بالإعلام^٢؛ وذلك من أجل الترويج للصهيونية والهجرة إلى فلسطين؛ نشير هنا إلى ما كتبه تيودور هرتسل في افتتاحية العدد الأول من أسبوعيّة الحركة الصهيونية «دي وولت»، بتاريخ ٦/٣/١٨٩٧: «يجب على هذه الصحيفة أن تكون درعاً للشعب اليهوديّ، وسلاماً ضدّ أعداء الشعب». وقبيل تأسيس إسرائيل عام ١٩٤٨؛ عمل قادة الحركة الصهيونية على كافة المستويات التي تمكّنهم من القيام بوظيفة الدولة، وكان الإعلام أحد أهمّ هذه المستويات. وقد نشطت خلال تلك الفترة «إذاعة إسرائيل»، وأربع عشر صحيفة صهيونية، منها أربع صحف ناطقة بالعربيّة، ووجهة للفلسطينيين والغرب لخدمة أغراضًا صهيونية؛ ومن أشهر هذه الصحف (صحيفة هارتس ويديعوت أحرونوت ومعاريف ودافار؛ أمّا الصحف الناطقة بالعربيّة فهي: بريد السلام، وصحيفة السلام، واتحاد العمال، وحقيقة الأمر. وكانت أهداف كلّ 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 رفيق، الإعلام الإسرائيليّ، 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 ومحلّصة؛ ولكن علينا الحذر؛ يجب علينا أن نزن أقوالنا وعدم إعطاء العدوّ معلومات أو زرع الفتنة والفووضى 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 المُحكمة على الإعلام الإسرائيليّ؛ فقد كانت تتلقّى المعلومات من كبار المسؤولين، كرئيس الحكومة والأجهزة الأمنيّة، حول ما يجب نشره في الإعلام. ويرى اليوم بعض الإعلاميّين 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 مقيّداً بالسياسة الإسرائيليّة الموحدّة، وخصوصاً في حالات الحرب وشنّ عدوان على العرب.

تلازم الأمان مع الميديا

يمكن أن نستند إلى أقوال الساسة الإسرائيليّين بما يتعلّق بدور الإعلام الإسرائيليّ، إضافة إلى البند الثالث من قانون الإذاعة والتلفزيون الإسرائيليّ المصادق عليه من الكنيست الإسرائيليّ والتي تلخص بـ: «أنّ الهدف من الإعلام الإسرائيليّ في كافة المجالات، (سياسة اقتصاد علوم اجتماعيات... الخ) هو أوّلاً إظهار الطابع الصهيونيّ لإسرائيل وكفاح اليهود وإبداعاتهم وأهمّ إنجازاتهم على كافة المستويات، مع تعميق الانتماء اليهوديّ والصهيونيّ معًا، والتعبير والدعابة

للحياة الثقافية اليهودية في العالم أجمع، وبث برامج بالعربية لترويض الجمهور العربي في أراضي عام ١٩٤٨، وترويج دعاية للفلسطينيين والعرب عموماً وفق أهداف السياسة الصهيونية، إضافة إلى بث برامج خارج حدود إسرائيل لتحقيق أهداف الصهيونية، والدفاع عن السياسة الإسرائيلية، وخاصة العدوانية وال المتعلقة بالاستيطان والتهويد وأعمال العنف الحربية التي تشنّها إسرائيل».

وقد أشرفت الأجهزة الأمنية الإسرائيلية على السياسة الإعلامية؛ كون إسرائيل بكافة مكوناتها كانت ولا زالت تنظر للعلاقة مع الفلسطينيين والعرب عموماً من منظار أمني بحث؛ فقد غطى الإعلام الإسرائيلي ولا زال يغطي، أحداث الصراع العربي الإسرائيلي وفق الأسس التالية:

أ. بث الاختلاف الثقافي بين الإسرائيليين العرب، وأنهم (اليهود) يتجانسون ثقافياً مع الغرب؛ كي يتقرب الغرب منهم.

ب. إن الاختلافات الفكرية للمراسلين، يجب أن لا تقف عائقاً أمام الدفاع عن المشروع الصهيوني وتجسيد الدولة الصهيونية، وهو ما كان لافتاً للنظر؛ حيث إن لم يلحظ 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 عضواً يمثلون الأحزاب السياسية كلها؛ وتقوم هذه الهيئة باختيار لجنة تنفيذية مكونة من سبعة أشخاص، يراعى أن يمثلوا مختلف التيارات السياسية؛ تعمل هذه اللجنة لمدة ثلاثة سنوات؛ وتقوم برسم المسار العام لبرامج سلطة البث الرسمي باللغتين العربية والعبرية.

د. تعتبر الحرب النفسية هجوماً عدائياً مبرمجاً يستهدف التأثير على عقول

الأفراد ونفسيّاتهم ومعتقداتهم، عبر إثارة الإشاعات والبلاغات الكاذبة والدعایات والفتّن؛ بهدف غرس الخوف والتمزّق في نفوسهم، وزعزعة ثقتهم بقياداتهم. وقد أصبح بمقدور الحرب النفسيّة عبر التكنولوجيا المتطورة، أن تسلّك أساليب علميّة وذكيّة للتأثير على نفسيّات الأفراد والتشكيك بأفكارهم وقدراتهم. هـ. خاضت إسرائيل عبر التلفزيون الإسرائيلي والإذاعة الإسرائيليّة حربها الإعلاميّة، عبر حملات دعائيّة نفسية للتأثير على الروح المعنويّة والسياسيّة لأبناء الشعب الفلسطينيّ خاصّة والشعوب العربيّة عامّة، واستخدمت في سبيل ذلك أرقى أنواع التكنولوجيا، وأساليب التمويه البالغ الدقة؛ فقد روّجت لأسطورة «الجيش الذي لا يقهر»، وبثّت الإشاعات حول طريقة اغتيال وقتل القيادات الفلسطينيّة، واصفة قوّاتها المنفذة بـ(السوبر)^١.

مع تقدّم المستوى التقني والأداء الإعلامي العربي والفلسطيني في نقل الأحداث بالصوت والصورة، خاصّة بعد بدء انتفاضة الأقصى؛ تأسّست الفضائية الإسرائيليّة؛ للدفاع عن سياسة إسرائيل العدوانية تحت مبرّر «ضرورة تحتمّها مصلحة إسرائيل العليا». وقد أنشئت بقرار من سلطة البث الرسمي في بداية عام ٢٠٠١، وكانت تبثّ برامجها من خلال القمر الأوروبي. بدأت بثّها في ١٨/٦/٢٠٠٢، بتكلفة ٢٥ مليون شيكل، على نفقة الحكومة الإسرائيليّة. وهدفت إلى إبراق رسائل يوميّة للعرب، وإخفاء السياسة الإسرائيليّة العدوانية بالتمويه والخداع، ورسم رسالة إعلاميّة مخالفة لحقيقة الأوضاع، ووصل بثّها إلى كافة بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والخليج العربي، على مدى ١٢ ساعة يوميّاً. ومن أهمّ البرامج التي تبثّ باللغة العربيّة والتي تستهدف تحقيق أهداف الاحتلال: برنامج «حصاد الأسبوع» على القناة الثانية، وبرنامج «لتقرير البعيد»

١. جمال، أمل، الصحافة والاعلام الإسرائيلي.

الذي تبثّ إذاعة المستوطنين على القناة السابعة؛ بزعم تحقيق التعاون بين اليهود والعرب، وخصوصاً المتدينين؛ وكذلك برنامج «يا هلا» الذي تقدمه القناة العاشرة.

أما الإعلام التلفزيوني والإذاعي، فهو عبارة عن عدد من المحطّات، التي تبثّ برامج إذاعية وتلفزيونية لتعبئة الإسرائيليين والتحريض ضدّ الفلسطينيين؛ كما تبثّ نشرات إخبارية وتعليقات سياسية واقتصادية، وبرامج تعليمية وترفيهية ومعلومات، فضلاً عن أفلام ومسلسلات ومسرحيات؛ وتدخل في الإشراف عليها جهات عدّة منها: الداخلية، والخارجية، والدفاع، والإعلام.

ولنا أن نشير في هذا الصدد إلى أنّ أبرز وسائل الإعلام اليهودية في فلسطين المحتلة، منذ نشأتها إلى اليوم هي على النحو التالي:

- إذاعة الجيش الإسرائيلي (جالية تساهل): أنشئت عام ١٩٥٠، وهي خاضعة مباشرة لوزير الجيش ورئيس الأركان، وهي إذاعة عسكرية قائمة لخدمة الجيش فقط.

- التلفزيون التربوي الإسرائيلي: وقد أنشأ عام ١٩٦٨، وحتى خريف ١٩٧٠. وقد أصبح يبثّ عدّة برامج متنوعة مثل: برنامج «مساء الخير» السياسي، وبرنامج «نظرة» الأخباري، إضافة إلى برامج الأطفال، والبرامج التعليمية.

- القناة الثانية: تحولت إلى قناة تجارية منذ عام ١٩٩٣، تشارك فيها أبرز وأهم شركات الصحافة في إسرائيل، مثل: كيشت، وتلعاد، ريشت؛ وترافق برامجها هيئة شعبية غير رسمية؛ وتبثّ عدّة برامج أخبارية يومية: عند الساعة الخامسة مساء، والساعة السادسة، وفي الثامنة مساء النشرة الرئيسية المطولة ٤٥ دقيقة.

- القناة العاشرة: تبثّ برامجها عبر شركة «أخبار إسرائيل»، وتقدم برنامجاً أخبارياً محلياً عند الساعة السابعة صباحاً والساعة السابعة مساء ونشرة تفصيلية عند

الساعة الثامنة. وتضمّ نخبة من محرّري ومراسلي الإعلام الإسرائيليّ.

- قناة إسرائيل ٣٣ وتبثّ باللغة العربية
- تلفزيون الكوابيل : يبثّ أخباراً وأفلاماً وبرامج موسيقية ورياضية متنوعة؛ وهو غير متخصص في الشؤون الأخبارية والسياسية اليومية.
- قناة الكنيست (البرلمان الإسرائيليّ) ٩٩.

ويشار إلى أنه تمّ تقسيم إسرائيل جغرافياً إلى ٣١ منطقة؛ من أجل تنظيم عملية 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 والغربيّين، دون التدقيق في ماهيّتها، ودون أن تتحفّص الأهداف التي تتحفّق خلف هذه المسمّيات.

وقد ظهرت في وسائل الإعلام الإسرائيليّة بين الحين والآخر مصطلحات وتعابيرات، تشير إلى خوف اليهود على مستقبلهم من خلال تشييه 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 التحرير ضدّهم؛ فغالباً ما تقتصر صور الفلسطينيين التي تُبثّ في وسائل الإعلام الإسرائيليّة المرئيّة على أولئك الشبان الذين يدعون الزجاجات الحارقة، وآخرين يرشقون الحجارة على جنود إسرائيليين، وآخرين يحملون الأعلام العراقيّة ورایات حزب الله، ويحرقون العلمين الإسرائيليّ والأميركيّ.

في الستينات قالت رئيسة الوزراء الإسرائيلية غولدا مائير ذات مرّة: «لن أسامح الفلسطينيين لأنّهم يجبرون جنودنا على قتلهم». هذه صورة لتشويه الحقيقة وصناعة أخبار من وحي الأهداف العدوانية لتصبح كما الأحداث الحقيقة، حين تتناقلها وسائل الإعلام دون تعليق أو نقد، فقد اعتمدت وسائل الإعلام منهجية لصناعة الأكاذيب والإشاعات وترويجه بحرفية عالية، ولعلّ أهمّها:

استخدام صيغة المبني للمجهول مثل: «أُطلقت النار على، او «قتل»؛ لتبسيط أثر الحدث والتمويه على مسؤولية الجيش الاحتلال، كما تعمد وسائل الإعلام إلى اعتماد عدد من الروايات المختلفة، وربما المتناقضة لحدث واحد، وذلك لإرباك المستمع أو القارئ في أيّ من الروايات هو الصواب؟ ففي حادثة استشهاد محمد الدرّة بتاريخ ٢٠٠٠/٩/٣٠، وبالرغم من أنّ الحادث موثق بالتصوير، إلا أنّ إسرائيل حاولت تبرير الحادث الإجرامي بأكثر من رواية مثل: إنّ الطفل قتل برصاص الفلسطينيين؛ ثمّ قيل: إنّه سقط في تقاطع نيران بين مسلحين فلسطينيين وإسرائيليين؛ ثمّ قيل: إنّ الطفل كان مشاغبًا مؤذياً جلب لنفسه الموت؛ كما تساءل الإعلام الإسرائيلي عن سبب تواجد الطفل في مكان الحادث.

وتمّ التسويق لعمليّات الاغتيال على الصعيد الداخلي الإسرائيلي، بتصويرها وكأنّها عمليّات بطوليّة يخاطر فيها جنود الاحتلال بحياتهم؛ من أجل منع الإرهاب وعمليّات قتل أطفال الإسرائيليين.

بالرغم من أنّ فلسطيني الداخل (عام ١٩٤٨) يلتزمون بدفع التزاماتهم الضريبيّة لإسرائيل، ومنها «ضريبة التلفزيون»؛ إلا أنّ التمييز الصارخ يظهر من خلال مقارنة بين ساعات البث بالعربيّة وبالعبرية؛ مع العلم أنّ نسبة العرب حالياً هي ٢٠٪ من سكّان إسرائيل.

ويظهر التمييز في العديد من وسائل الإعلام كالآتي:

ـ القناة الأولى: من بين ١٣٩ ساعة بث أسبوعياً هناك ١٣ ساعة باللغة العربية فقط؛ أي بنسبة ٤٪.

ـ القناة الثانية: من بين ١٤٩ ساعة بث أسبوعياً؛ هناك ٣ ساعات فقط باللغة العربية؛ أي بنسبة ٢٪.

ـ التلفزيون التعليمي: من بين ٥٤ ساعة؛ هناك ساعة واحدة فقط؛ أي بنسبة ١,٨٪ من مجموع ساعات البث الأسبوعية.

ووقفت آلة الإعلام الإسرائيلي في صف واحد مع الحكومات المتعاقبة، ورُوّجت لسياساتها التي تميزت بتشويه الحقائق والعنصرية تجاه فلسطينيي ١٩٤٨ في كافة المجالات؛ سواء في مصادرة الأراضي أو القضاء أو الاقتصاد وتطوير الأحياء العربية أو المشاركة السياسية.

وكانت تغطية الإعلام الإسرائيلي لأحداث عام ٢٠٠٠ التي وقعت في أراضي عام ١٩٤٨، أكبر شاهد على هذه العنصرية؛ حيث أجرت وسائل الإعلام لقاءات مع شخصيات إسرائيلية للحديث عن هذه الأحداث فقط، وهمّشت مشاركة سياسيين ومحليين من عرب ٤٨؛ كما نعت المتظاهرين العرب بالمشاغبين؛ واليهود المعتدلين في مدينة الناصرة بالمتظاهرين الذين ردوا على اعتداءات العرب؛ وفي الوقت الذي كان فيه الشهداء يرثكون والجرحى يقعون فريسة لعنف الاحتلال؛ كانت الاحتجاجات تعم الضفة وغزة، وقام الإعلام الإسرائيلي بالتعتيم على الاحتجاجات والمظاهرات المنددة بالاعتداء على الفلسطينيين من عرب ١٩٤٨؛ ولم تنشر وسائله صور المواطنين الضحايا الثلاثة عشر الذين قتلوا على أيدي الشرطة وحرس الحدود الإسرائيلي، كما كانت تنشر في حال مقتل إسرائيليين؛ واكتفت بنقل ادعاءات الشرطة نفسها، التي وصفت الضحايا بأنّهم كانوا يمثلون خطراً على حياة أفراد الشرطة وحرس الحدود؛ وذلك لتبرير قتلهم!

رغم أنه كان من بين الضحايا شباب قتلوا برصاص قناصة صوبوا عليهم فوهات بنادقهم من مكان بعيد. ولم تكتف حكومة الاحتلال بذلك؛ بل أجبرت الإذاعات العربية في ٤٨ على ترجمة نشرة الأخبار العبرية إلى العربية، كما فرضت عليها تقديم تقرير عن البرامج المقدمة، ووضعت مراقباً يهودياً على هذه البرامج؛ لتحديد المسماوح وغير المسماوح نشره؛ حتى إن الأمر وصل إلى إغلاق صحيفة «صوت الحق والحرية» الإسلامية، و«راديو ٢٠٠٠»؛ بناء على توصيات من الشاباك «جهاز الأمن الإسرائيلي»؛ في أعقاب التغطية الإعلامية التي قام بها؛ مع أنه الإذاعة الوحيدة الخاصة بعرب ٤٨.

مزايا الإعلام الإسرائيلي (ديني- أمني وسياسي)

من الواضح أن التوظيف الأيديولوجي للإعلام الإسرائيلي يبقى مجرد رؤى مفاهيمية غير قادرة على الفعل والتأثير، مالم تخرج إلى التطبيق بأداء إعلامي له شروطه وضوابطه... وهذا ما عملت عليه الوسائل الإعلامية في إسرائيل، حيث استطاعت أن تحقق النجاح في إيصال رسالتها، بفضل تحصيلها لجملة من المميزات الفنية والمهنية والتقنية التي حرصت على المحافظة عليها والاهتمام بتطويرها، وتحسين أدائها، سعياً وراء الإبقاء على جاذبيتها نحو الجمهور الإسرائيلي، خصوصاً مع وجود حالة من المنافسة الحادة بين مختلف الوسائل الإعلامية الإسرائيلية... أمّا أهم تلك المميزات فهي:

أ. التخصص العلمي والتدريب

وهي من السمات البارزة والمميزة للإعلام الإسرائيلي والتي يمكن لحظها بسرعة من قبل أي متابع، خصوصاً إذا كانت المتابعة متركزة على الإعلام الناطق باللغة العبرية. حيث تعمد تلك الوسائل على جذب أفضل الطاقات الإعلامية

إليها، خصوصاً تلك التي استطاعت أن تستفيد من التجارب الإعلامية العالمية، سواء عبر العمل في مؤسسات إعلامية كبرى، أم عبر الدراسة الأكاديمية المتخصصة في جامعات أوروبا وأميركا، وهو ما يمنح المستوى الإعلامي قدرة على التطوير، والمواكبة السريعة للمتغيرات المهنية والتكنولوجية الحاصلة في العالم.

ب. السعي إلى الإقناع بكل الوسائل

الأساس في هذه السمة هي في كونها عنواناً أصيلاً لأي عمل إعلامي، ولأي جهة انتهى، ولكن ما يميزها في دولة كـ «إسرائيل» هو وجود العديد من الكوابح الثقافية والسياسية والقانونية التي تحدّ من مستوى تدخل القيادات السياسية والعسكرية الحاكمة للبلاد، والتي بدورها أيضاً - أي تلك القيادات - تجد المصلحة المعاكسة - بالفائدة عليها، في اصطدام الإعلام العامل تحت سلطة قوانينها دون المصداقية، والتي من الممكن أن تستخدمها كرافعية للعديد من المفاهيم والأراء المراد تمريرها من جهة السلطات الحاكمة إلى وسط الجمهور المتأثر والمنفعل مع الوسائل الإعلامية التي يتبعها، والمؤمن بصدقها ومصداقيتها.

ج. الحث على الإجماع القومي:

على الرغم من أنّ نسبة غير اليهود - من القوميات الأخرى - والحاائزين على المواطنة الإسرائيلية الكاملة، تبلغ أكثر من ٢٠٪ من تعداد سكان إسرائيل، إلا أنّ هذه النسبة لا تعكس نفسها في عديد العاملين ضمن المؤسسات الإعلامية سواء منها العامة أو الخاصة... وبالتبني الاستقرائي لأهم الأسماء البارزة العاملة في المؤسسات الإعلامية بأنواعها الثلاث (المقروءة والمرئية والمسموعة)، يمكن استنتاج وجود ما يشبه الاصطفاف القومي اليهودي، الممكّن بكل المقدرات الإعلامية، وعلى اختلاف أنواعها، ويظهر بأنّ هناك تقصّداً في إغفال باب الترقّي

وتسمّن المسؤوليات أمام المتممـين إلى القومـيات الأخرـى غير اليهودـية، خصوصـاً العربـ، وهذه ظـاهرة، وإنـ كانت موجودـة، وبـشكل فـاضـحـ، في باقـي المؤـسسـات العامـةـ في الدـولـةـ، لأـسبـابـ غـيرـ خـافـيـةـ، إـلـاـ أـنـ المـوـضـوعـيـةـ الإـعـلـامـيـةـ تـفـتـرـضـ في ذاتـهاـ المـوـضـوعـيـةـ فيـ التـعـاطـيـ معـ الفـردـ منـ نـاحـيـةـ مـهـنـيـةـ، بـغـضـ النـظرـ عنـ اـنـتـمـائـيـةـ القـومـيـ أوـ الـدـينـيـ.

د. المـؤـسـسـةـ الـذـاتـيـةـ:

وـالمـقـصـودـ بـذـلـكـ هوـ مـحاـولـةـ الـوـسـائـلـ الإـعـلـامـيـةـ الإـسـرـائـيلـيـةـ بـنـاءـ إـطـارـهاـ المـؤـسـسـاتـيـ بـشـكـلـ ذـاتـيـ خـاصـ، دونـ الـارـتـبـاطـ بـالـمـؤـسـسـاتـ الـحـكـومـيـةـ، منـعـاـ منـ حـصـولـ التـدـخـلـاتـ السـيـاسـيـةـ منـ قـبـلـ طـبـقـةـ السـلـطـةـ، فيـ السـيـاسـاتـ الـعـامـةـ الـحـاكـمـةـ عـلـىـ عـمـلـ المـؤـسـسـةـ الإـعـلـامـيـةـ؛ وـلـذـاـ لـاـ يـوـجـدـ فـيـ إـسـرـائـيلـ وـزـارـةـ خـاصـةـ لـلـإـعـلـامـ، وـلـاـ حـتـّـىـ مـكـتـبـ إـعـلـامـيـ -ـ مـثـلـاـ -ـ يـكـونـ بـيـدـ السـلـطـةـ السـيـاسـيـةـ وـلـهـ الـحـاكـمـيـةـ عـلـىـ الـوـسـائـلـ الإـعـلـامـيـةـ.

هـذـهـ الـمـيـزـةـ تـجـعـلـ مـنـ الـهـوـامـشـ الـمـتـاحـةـ لـلـحـرـكـةـ الإـعـلـامـيـةـ أـكـثـرـ اـتـسـاعـاـ، وـلـكـنـ لـيـسـ بـالـمـسـتـوـيـ الـذـيـ يـخـرـجـ الـأـمـورـ مـنـ تـحـتـ سـيـطـرـةـ الفـئـةـ الـحـاكـمـةـ؛ إـذـ يـوـجـدـ فـيـ إـسـرـائـيلـ جـهـتـيـنـ أـسـاسـيـتـيـنـ تـمـثـلـانـ الإـعـلـامـ الإـسـرـائـيلـيـ وـعـلـىـ عـاتـقـهـمـاـ تـقـعـ مـسـؤـولـيـةـ مـتـابـعـةـ وـمـرـاقـبـةـ أـدـاءـ تـلـكـ الـوـسـائـلـ فـيـ مـدـىـ تـقـيـدـهـاـ بـالـضـوـابـطـ الـقـانـونـيـةـ، وـمـرـاعـاتـهـاـ لـلـمـصـلـحـةـ الـعـلـيـاـ لـلـدـولـةـ، وـخـدـمـتـهـاـ لـلـأـهـدـافـ الـتـيـ تـصـبـ فـيـ خـانـةـ الـمـصـلـحـةـ الـعـامـةـ...ـ الـجـهـتـانـ الـمـسـؤـولـتـانـ عـنـ كـلـ ذـلـكـ هـمـاـ:

هـ.ـ الـعـصـبـيـةـ الإـعـلـامـيـةـ بـأـبـعـادـ تـلـمـودـيـةـ

فـيـ مـاـ يـتـعـلـقـ بـالـعـنـاـصـرـ الـمـمـيـزـةـ لـلـإـعـلـامـ الإـسـرـائـيلـيـ، مـنـ الـمـهـمـ الإـشـارـةـ إـلـىـ أـنـهـ عـلـىـ الرـغـمـ مـاـ يـتـرـتـبـ عـلـىـ التـعـدـدـيـةـ الإـعـلـامـيـةـ مـنـ إـيـجـابـيـاتـ لـجـهـةـ كـشـفـ الـمـسـتـورـ فـيـ الـمـجـتمـعـ الإـسـرـائـيلـيـ، فـإـنـ ثـمـةـ نـقـطـةـ ثـابـتـةـ لـاـ يـسـتـطـعـ أـيـ جـهـازـ إـعـلـامـيـ وـلـاـ سـيـمـاـ

الفضائيات من تجاوزها، ونعني بذلك البعد التلمودي للميديا اليهودية. وإذا كان لنا أن نضيء على الوجه التلمودي للإعلام الإسرائيلي، فينبغي أن نشير إلى الدور الذي يلعبه رجال الدين اليهود في هذا المجال.

يفسّر مختصون في الشأن الإسرائيلي المشاهد المروّعة الناتجة عن القصف الإسرائيلي لقطاع غزة.. العدد الكبير للشهداء والجرحى بسيطرة خرّيجي المدارس اليهودية على القرار في الجيش الإسرائيلي، والتي لديها مخزون من الفتاوى التي تشرع قتل «الأغيار» وتدمير حياتهم لتحقيق الأمان لإسرائيل. ويجمع محلّلون وأكاديميون تابعوا الحرب على غزة على أنّ الحدّ الأقصى من العنف الذي اتّبع ضدّ منازل المدنيّين وسقوط أكثر من اثنين عشر ألف فلسطيني بين شهيد وجريح يعود إلى دوافع عنصريّة ودينيّة غالباً ما عبرت عنها نشرات الأخبار وتعليقات المسؤولين على القنوات الفضائية الإسرائيليّة. وفي عدد من التحقيقات أجرتها فضائيات عربية خلال الحرب^١ أكّدت أنّ العامل الديني في تشجيع الجيش الإسرائيلي على تدمير كلّ شيء تصل إليه أيديهم وأتهم العسكرية هو نتاج تغلغل واحتلال أتباع الصهيونية الدينية المناصب الرفيعة في الجيش.

وأوضح خبراء في المجتمع الإسرائيلي أنّه لا يمكن النظر إلى حجم الفتوك والتدمير والتخريب لكلّ مراافق الحياة في غزة دون الالتفات إلى الأثر العميق الذي تركه الخلفيات الدينية والميول اليمينية المتطرفة التي تصطبغ بها الحكومة الإسرائيليّة المنبعثة من مجتمع إسرائيلي معّاً أيديولوجياً ودينياً بكراهية الفلسطينيين والعرب. وفي هذا الصدد يرجع الكاتب المتخصص في الشأن الإسرائيلي صلاح النعامي تعمّد جيش الاحتلال ارتكاب المزيد من

١. راجع تقارير فضائية الجزيرة في هذا الشأن، وخصوصاً تقرير أحمد فياض «البعد الديني» 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، وتوّلي معظمهم مسؤولية إعطاء تعليمات إطلاق النار بشكل مفرط للنيل من الفلسطينيين وممتلكاتهم.

تهويد الإنترنٌت وترجيديا الهولوكوست

ثمة تلازم وثيق في استراتيجية الإعلام اليهودي بين التلفزة الفضائية وميديا الإنترنٌت، وهو ما يظهر بوضوح من خلال سعي الشركات الكبرى إلى الاستحواذ على الواقع التي تحكم بالمعلومات والأخبار والتحقيقات على نطاق عالمي. لقد عرفت الصهيونية كيف تصنع الخبر، وكانت الإنترنٌت الوسيلة الأثرية لمرور نشر الخبر، حيث تساهُم التكنولوجيا الحديثة للمعلومات في نشر صور وشهادات عن المحرقة (الهولوكوست)، وتبادل المعلومات والأسماء والتفتيش عن الأقرباء وتوثيق التعاون وبنوك المعلومات للذين أحرقوا. ولقد بدأ بوضوح قدرة مؤسسات الإعلام اليهودية على توظيف كلّ خبر ومعلومة متصلة بالهولوكوست وتحويلها إلى مصادر موثوقة...

والمعلوم أنه في التكنولوجيا الحديثة لم يعد إيصال الخبر حكراً على أحد، والرقابة لم تعد فاعلة، فمن أيّ مكان بات باستطاعة الغربيين أن يشاهدو صور المجازر، صور القتلى، صور الأطفال، الخ... مما دفعهم إلى الإحساس بمصائب أخرى لم يساهمو فيها مباشرة (على غرار المحرقة) إلا أنّهم سعوا بشكل غير مباشر لعدم إظهار وسائل الإعلام لقضايا الغير... وإذا نظرنا إلى المساحة المتعاشرة التي يستحوذ عليها يهود الإنترنٌت نرى أنّ عدد الواقع التي تعالج وتظهر مشاكل الشعب العربي الفلسطيني، يضاهي نسبياً عدد الواقع التي تتكلّم عن اليهود ودولة إسرائيل، في حين أنّ ما يُركب من مجازر بحق الشعب

الفلسطينيّ يعمل الإعلام اليهوديّ على إدراجه بصورة متوازية مع مجازر هتلر ضدّ اليهود^١.

في السياق إِيَّاه يلاحظ خبراء غربيون لدى متابعتهم الميدانية للحرب الإعلامية التي تشنّها إسرائيل على الشعب الفلسطينيّ، أنّ وزارة الحرب الإسرائيليّة تختصر عمليّاتها العسكريّة بـ ١٤٠ إشارة على تويتر، وتبيّث على يوتيوب فيديوهات عن ضرباتها الجوية والبحريّة والبرّية على غزة.

الهدف - كما يقول الباحث الفرنسيّ لوران سوبلي - هو التحكّم بصورتها وكسب حرب «البروباغندا» على «النت»، لكن اختصار الحرب بـ ١٤٠ إشارة. يعتبر التمرّين الأوّل من نوعه الذي استرسلت فيه إسرائيل على «تويتر» في «أول ندوة صحافيّة من المواطنين»:

أجاب دافيد سارنغا، وهو دبلوماسيّ في القنصلية الإسرائيليّة في نيويورك على وابل من أسئلة روّاد الانترنت على هذا الموقع من المدونات المصغّرة الذي كان إِيَّان الحرب في أوج انتلاقته.

وهذه نماذج من أوجهة القنصل على هذا الموقع، حيث مضى كلّ واحد إلى جوهر الموضوع وراح يكثّف رسالته إلى أقصى حدّ: «لقد أعلنت حماس الجهاد ضدّ إسرائيل. وهذا يعني أنّها ستسخدم كلّ وسيلة لإِيذاء مواطنين إسرائيليين، وانتحرارّوها تلقّوا الأمر بالتنفيذ».. وأيضاً: (لن نؤيد المفاوضات، وحالياً المحادثات جارية مع السلطة الفلسطينيّة، مضافاً إلى أنّ ثمة محادثات حول حلّ الدولتين: نحن لا نتكلّم إِلا مع أناس يقبلون بحقّنا بالوجود)^٢.

وفي ردّه على السؤال: لماذا هذا التغلغل إلى أرضيّة تواصلية جديدة تظلّ

١. مراد، غسان، يهود الانترنت، فصلية «مدارات غربية»، العدد الخامس، كانون الثاني (يناير) ٢٠٠٥.

٢. مراد، غسان، م. س.

سرّية إلى حدّ كبير؟ إجابة دافيد سارنغا، بلغة تويتر المتداولة فيفهم منها ما يلي ١. «نظرًا للجدال على «تويتر»، ونظرًا لعدد الأشخاص ذوي الأخبار غير المؤوثق بها، يبدو أنها طريقة جديّة لتحرير الرسالة الرسمية من هنا».

إجابة أخرى، أكثر صراحة، ومن المفترض أن تكون على الشكل التالي: «لتؤمن انتصار وجهة نظرها على الويب، فإن إسرائيل لا تهمل أيّ أرض افتراضية»، وهذا ما أقرّ به الميجور أفيتال ليوفيتش المسؤول عن الصحافة الأجنبية في الجيش الإسرائيلي، بهذه العبارات لصحيفة «جيروزالم بوست»: «إنّ دائرة المدونات والميديا الجديدة هي ساحة أخرى للحرب». وفي المجال العسكري، فإنّ الدولة العبرية هي في أعلى مستوى من حيث استخدام التكنولوجيات الجديدة. لقد فتح الجيش الإسرائيلي حساباً له على «يوتيوب»، حيث نشر فيديوهات عن ضربته ضدّ حماس. والتبيّنة إحصاء ١٥٠٦٢٠ مشاهدة (فتح 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 أهميّتها، لكون الأعداء الذين تحاربهم إسرائيل على الأرض هم أيضًا حاضرون بقوّة على الويب. وفي هذا المجال يستخدم المناضلون الإسلاميون الفلسطينيون بشكل مكثّف الغوروم (حلقات النقاش) والفيديو. حتّى أنه في تشرين الأول (أكتوبر) ٢٠٠٨ اتهمت 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 الأصلية:

Internet, l'autre zone de guerre d'Israël, Laurent Suply, le Figaro .fr 31/12/2008

فيديوهات برو باغندأ حماس مع «المسلسلات العربية» المتواصلة^١. لم تعد إسرائيل في مرحلتها التجريبية في استخدام حرب الانترنت ضدّ أعدائها، فالدولة العبرية أجزت 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، يتحدث فيها العسكريون «أمام الكاميرا» عن مواضيع ساخنة. ومن إحدى المبادرات الأخرى: ودائماً بحسب جيروزاليم بوست، إنّ الناطقين باسم الجيش يبقون عيناً ساهرة على آلاف المدوّنات التي تشير إلى المواجهات ولا يتزدّرون في «تزويد» مستخدمي المدوّنات بالمعلومات الإضافية بشكل شخصيّ من أجل تمرير رسالتهم.

لعلّ الاستنتاج الإجمالي الذي يمكن أن نصل إليه من خلال البحث يتتساوى مع ما ذهب إليه كثيرون ممن درسوا التاريخ اليهوديّ بأزمنته المتعاقبة، وهو أنّ اليهودية ديانة إعلامية على الرغم من تقوّعها على نفسها وعدم السماح لغير اليهود أن يصبحوا يهوداً. وبهذا المعنى يمكن القول إنّ الإعلام اليهوديّ هو إعلام دينيّ وقوميّ بامتياز، وهو يبني مجمل استراتيجياته على الاستحواذ والهيمنة والسيطرة على الآخر انطلاقاً من أفضليّة 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 الإسرائيليّة، 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 العلاّف، المركبات والوسائل الدعائية في الحرب النفسية الإسرائيليّة، مجلة استراتيجية، مجلة شهرية تصدر عن شركة أبي ذر الغفارى للصحافة والطباعة والنشر، بيروت (حالياً متوقفة)، العدد ٥ آذار ١٩٨٢.
٦. محمود حيدر، الدولة المستباحة، من نهاية التاريخ إلى بداية الجغرافيا، شركة رياض الريس للكتب والنشر، بيروت، ٤٢٠٠٤.
٧. نانسي سنو، من حديثها مع شبكة «غوريلا» الإلكترونية للأنباء حول كتابها الجديد حرب المعلومات: الرعاية الأميركيّة والسيطرة على الرأي العام ووضع حرّية الرأي بعد ١١ أيلول، انظر أيضًا المحرّر العربي ٥/١٢/٢٠٠٢ - العدد ٣٧٣.
٨. نبيل السهلي - يهودية دولة إسرائيل - الجزيرة نت - الجمعة في ٥/٢٠١٠ . ٣١
9. Selon les catégories 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 17août 2006

نقد الوسائلية الميديائية مخاطر تحويل الإنسان إلى كائن افتراضي

جميل قاسم^١

تحت هذا العنوان: «نقد الوسائلية الميديائية» يتناول الباحث جميل قاسم مفهوم الوسائلية في الإعلام المعاصر من وجهة نظر الفلسفة النقدية. يعرض الباحث إلى تشكيّلات المفهوم ضمن ما يسمّيه عصر الفضاء الرمزيّ وتأثير هذا العصر في قيم الإنسان الأخلاقية المعرفية ومخاطر تحويل الكائن الإنساني إلى كائن افتراضيّ كسائر الكائنات الافتراضية.

قبل عصر الفضاء الرمزيّ (الرقميّ) لم يكن لزاماً على القراء والمستمعين والمشاهدين أن يكونوا سلبيّين عند مشاهدة الصور والكتب والسلع، أمّا في عصر الحاسوب والإنتernet والتلفاز والفضائيّات، فقد دخلنا في عالم «الواقع الافتراضيّ» وزمن «اللغة العربيّة الجديدة» التي تنبأ بها جورج أورويل في روايته الشهيرة ١٩٨٤ من دون معرفة فحواها وماهيتها الأخيرة! وهي لغة يتداخل فيها الفضاء الداخليّ بالفضاء الخارجيّ، بحيث يصبح المجتمع «مجتمعًا افتراضيًّا» ويتداخل العالم (الكمبيوتر) بالشخصية الإنسانية متعددة الأبعاد في تحويل الإنسان إلى إنسان افتراضي ذي بعد واحد.

وعندما تتحول الثقافة، والحب (الإيروس) والاقتصاد، والحقوق، وحتى

١. أستاذ الفلسفة وعلم الجمال في الجامعة اللبنانيّة.

الرياضية إلى وسائل «مدارة» في مجتمع رمزي، وسياسة رمزية وتجارة رمزية. وجنس (إيروتيكا) رمزيٌّ تصبح مسألة أنسنة الآلة والوسائل مسألة مصيرية لا مندوحة عنها لإعادة تحرير الإنسان من الألية والأتمة¹ الافتراضية.

هل يمكن أن يتخيّل الإنسان مزاولة الرياضة على الإنترت؟ هذا ما يحدث مع شركات مثل شركة sportal، وهو عبارة عن موقع رياضيٌّ أُسس في العام ١٩٩٨. وتزاول فيه الرياضة الرمزية بأشكال متعدّدة، من سباق السيارات، إلى كرة القدم، إلى كرة المضرب، إلخ...

ماذا عن آدابيّة الاتصال الجديد في عصر الوسائطية المعّمّمة؟ ماذا عن الثقاقة في عصر الكتابة والقراءة الإلكترونيّة؟ ماذا عن علاقة الإنسان بالبيئة وال المجال والوسط؟ وليس بمقدور الوسائل - حتى لو دمرت بلدًا كالعراق بوسيلة افتراضيّة - من دون حرب - كما لاحظ جان بودريار - أن تتجاهل الطبيعة بسبب تغييرات المناخ، والكوارث الطبيعية الناتجة من التلوث الصناعيّ، وتفتّت الأوزون، وبسبب الزراعة الصناعيّة والنباتات الإلكترونيّة.

لم يلحظ مارتن هيدغر أنَّ التكنولوجيا ستتعدّى كونها وسيلةً بين الإنسان والطبيعة الخام بتحول الطبيعة عينها إلى طبيعة افتراضيّة في عالم الوسائطية الماروائيّ، ولم ير هيدغر في تطرّقه لمسألة التقنية، أنَّ ماهيّة التقنية تقنية بحتة، فالتقنية بالأحرى، هي وسيلة لبعض الغايات والفعاليات الآلية والإنسانية.

والتصيف الأدائيّ للتقنية لا يكشف عن ماهيّتها؛ لذا ينبغي التساؤل عن غاية التقنية بوصفها سبباً غائباً للتقنية تندّرُج في الأسباب الأرسطيّة الأربعة، وهي

السبب المادي^١ (على سبيل المثال المادة التي يُصنع منها قدح الفضة).
السبب الصوري^٢ الشكل الذي تدخل فيه المادة، الوعاء، الكتاب، الإنسان،
الشجرة). .

السبب الغائي (القطع للسكنين، القربان للقدح، المواصلات لعربات النقل،
الاتصال للوسائل... الخ).

السبب الفعال^٣: (الفاعل، المنجز، الإنسان، والشركة والدولة، والكرتالات،
والتروستات المتعددة الجنسيات... الخ) هنا، تصبح السببية أكثر تعقيداً في تحديد
ماهية التقنية على صعيد السؤال والجواب والمعرفة النقدية. وتكون الغاية أو الهدف
الذي يجمع الأسباب الأربعة بصورة افتراضية، هي غاية التقنية الكبرى، والفعلية،
والحقيقة، ليس في حيز الفعل، والإنتاج^٤ فقط، وإنما في حالة الإمكان الافتراضي،
والإنتاج الافتراضي^٥ فلعبة البورصة والتسوق الإلكتروني تقوم على هذا النمط من
الإنتاج الافتراضي الذي يحول الرأسمال السلعي - إلى رأسمال فرضي لم يتوقعه
ماركس في نظريته لفائض القيمة، ولا لينين في الرأسمالية، التي تدمج الاقتصاد
المالي بالاقتصاد الصناعي، أمّا الإمبريالية - التكنوترونية فهي الآن إمبريالية -
افتراضية، ناعمة ميدياً (وسائلية).

لا تهدم التقنية التكنو قراطية القائمة على مصادر وعي الإنسان وماهيتها، كجمعية
للعقل والروح والجسد في صلته بذاته وبوجوده وحسب، وإنما بمصيره الحيوي.

1. CAUSA MATERIALS

2. Causa formalis

3. Causa efficiens

4. Pro-duction

5. Hyper-duction

وقد وجد هيدغر - الخلاص من إشكالية الهيئة التقنية في السؤال - الفن والسؤال - باعتبار السؤال تقوى الفكر، ومناط الخلاص الإنساني، ولكن عندما أسس ريجيس دوبريه علم الميديولوجيا¹رأى أن الفن عينه، أصبح مجرد أداة من أدوات التعمية الميديائية (الوسائلية): لماذا كانت الصورة بالنسبة للإنسان، لمقاومة العدم وجعل الوجود يستمر مدة أطول؟ لماذا تعد الصورة أكثر عدوى من الكتابة؟ (لماذا التلفاز أخطر من الكتاب بكلمة أخرى).

يذكر دوبريه الواقعية الأسطورية عن أحد أباطرة الصين الذي طلب من رسام بلاطه أن يزيل صورة الشلال الذي رسمه على جدار قصره؛ لأن صوت الماء يمنعه من النوم! هذه القصة هي تعبير عن قوة الصورة، التي تخلق حولها حياة متعددة الإحساس والحواس.

تعني كلمة «ميديا» بالمعنى التقني وسائل الإعلام المرئية والمسمعة (الصحافة، المذيع، التلفاز، السينما، الإعلان). ولكن ثمة مجالات أخرى غير معدة أصلًا لنشر المعلومات مثل «المأدبة» والمقهى، ومنبر الخطابة في الكنيسة (والجامع) وقاعة المكتبة، والبار، والبرلمان، تنشر أيديولوجيات «ميديالوجية» (إعلامية) تقوم عليهما سلطة الرأي والحدث والحداثة، هذه السلطة هي التي يعدها دوبريه سلطة وسائلية لا تقتصر فيها التقنية على كونها آليات تقنية وإنما منظومات تقنية - ثقافية، هل ثمة وجود لاجتماع إنساني في مجتمع افتراضي؟ هل للحزب مؤسسة أو جمارة أو المجتمع والإنسانية؟ هل مجتمع الأمم واقع اجتماعي أو مؤسسة ميديائية؟ هل الفاتيكان مرجعية روحية، أو واسطة روحية - ميديائية؟

لقد أنتج الناس السلع وتبادلوها خلال آلاف السنين من دون أن يحتاجوا للاستعانة بعلم خاص مثل الاقتصاد السياسي - فالعمل - القيمة كان موجوداً قبل ريكاردو، ولكن مفهوم العمل المجرّد، قيمة التبادل، كانت تتطلّب تقسيم العمل إلى عمل ذهنيّ وعمل يدوّيّ، 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 وسائلية (ميديائية) توسيع قيمة العمل القائمة.

إنّ عقلانية العلم والتقنية إنّما هي محايضة في عقلنة التحكّم وعقلنة السيطرة - كما يقول هابرماز في كتابه «العلم والتقنية كإيديولوجيا» لا ريب أنّ للتقنية مجالاً خلاصياً في بعض - كثير - من المجالات العلمية والعملية كالطلب شريطة عدم استخدامه واستثماره لغايات تجارية افتراضية أيضاً، ولكن العلم والتقنية يتطلبان 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 والم Howell، والمصدر، وعلى الخروج على الطبيعة أو الالاطبعة¹ في آن.

ترتّب على القطعية الرايكالية بين الجديد والقديم (القائم على مفهوم عقلٍٰ مركزيٍّ) «لوغو قراطيٍّ» الإخلال بالتوازن البيئي الحيوي الاجتماعي، والتذرية

الفردية للبني الاجتماعي، فقادت الفردية في المجتمعات الحديثة على عقلانية مدار، وجرى استثمار المجال الحيوي بما يخدم حاجات التراكم الرأسمالي اللامتناهية.

في هذه الحداثة الباهتة إذا جاز لنا استعمال تعبير مارسيل غوشيه حلت الطبيعة الصناعية محل الطبيعة الأصلية؛ إذ حولت المجتمعات الرأسمالية الحديثة الإنسان إلى إنسان اقتصادي استهلاكي ذي بعد واحد يفتقر إلى القيمة والمنظر والمثال، في نظام يدمج في كنهه كل أبعاد الكينونة الخاصة وال العامة، ويتربّ على امتحال كل القوى والمصالح في «النظام» القائم على الاستهلاك والربحية، وإشباع الحاجات الفائضة على القيمة وال الحاجة¹ تحويل الحياة الحديثة إلى موضة حياة معممة يتحول فيها الاستهلاك إلى أخلاقية استهلاكية، تهدّد أسس التوازن بين اللوغوس والميثوس، الحاجة والرغبة، الروح والمادة، الطبيعة والمجال، وتحول الإنسان إلى «إنسان امثالي» «إنسان خير» (بتعبير نيشه).

لقد فصلت الحداثة الإنسان عن بعده الطبيعي والجماعي والكوني، نتيجة لعملية التفريذ الأنانية المركبة، وأدى عصر الأنوار (على الرغم من إيجابيات العودة إلى الطبيعة والإنسان كمعايير للوجود والحقيقة) إلى بروز فلسفات وأيديولوجيات تاريخية، ووضعية وتطورية تقوم على سيادة العقل المركزي، ومنطق القوة، وتطبيق معايير النقد الطبيعي على الظواهر الطبيعية الوضعية، والأخلاقية، والروحية والميتافيزيقية على حد سواء.

من الكوكبة إلى الكوكبة (العلمة)

ما الآليات الميديائية - الوسائلية الكبرى، التي تؤثّر في الذات البشرية في عصر العولمة؟

آلية الاستحواذ: استهدف الفنان البدائي - في معنى ما، بالرسم على الكهوف - إلى الاستحواذ على موضوعاته الأخرى (الثور) بنوع من الفن السحري، الذي يجعل من «الفن» أداة للسيطرة والهيمنة على «الموضوع».

وعملية الاستحواذ، في العصر الحديث، تقوم على السيطرة على الوعي واللاوعي بواسطة الميديا، من الكوكلة (الكوكولا) إلى الدرجة (الموضة) بأشكالها وإشكالياتها، وحتى مفاهيم «الديمقراطية» وحقوق الإنسان، والحرية والحداثة.

وتقدم وسائل الإعلام مفاهيم نمطية، كونية - خصوصية، لا تأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات الفردية والجماعية الأخرى.

آلية الهيمنة: وتقوم على الدعاية لنمط إنتاج واستهلاك عالمي، يقوم على منطق السوق، والبورصة، والعملة، والمؤسسات الدولية، باعتبارها مؤسسات كونية¹، بعض النظر عن اللاتكافؤ في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك على الصعيد العالمي. آلية المحاكاة: تقدم الميديا الإعلامية نماذج نمطية سلوكية، في الزي، واللغة، والفنون، وأنماط العيش المركزية، باعتبارها نماذج كونية، بعض النظر عن الأنماط الأنتر بولوجية للثقافات الأخرى.

آلية الاستعمار الذاتي: وهي تقوم على القابلية للاستعمار² ، في الفكر، والسلوك، والدرجة (الموضة) والعادات الاستهلاكية.

لاريب أن للوسائلية الميديائية مناقبها، وهي ليست كلّها من المثالب، من حيث التواصل بين الأفراد والأمم والشعوب، على صعيد كوكبي، وعالمي. ولكن منطق

1. Universal

2. Colonialist

الهيمنة الرأسمالية هو الذي يوجّه «عصر الشاشة» من منطلق الامتثالية «للنظام» العالميّ، ويغدو، بالمحصلة إرسال المعلومة وتناقلها وتوارتها، و«السلع» الماديّة والذهنيّة، في علاقة المرئيّ باللامرئيّ أموراً مناطة بالصورة المركبة، وأساس وظيفتها، بين أفراد المجموعة البشرية.

والصورة، والحال، ليست مجرّد صورة، وإنّما «صورة مجرّدة» مقللة بالدلالات والمحاميل والمفاهيم المنطقية، والجمالية، والدلالية، والانتربولوجية والسيميائية. إنّها وسيلة للعقل اللوغوغرافيّ (-العقلاطيّ) في تسخير الطبيعة للإنسان، والإنسان للإنسان الآخر، باعتبار الطبيعة معيار الوجود والكونية، فالإنسان كائن طبّعيّ، والحقّ والخير والجمال مقولات «طبيعية».

وعلى الصعيد الميتافيزيقيّ، تغدو الصورة وسيلة للتّأليه، الخلق الإلهيّ، أي إنّ الإنسان يعيد خلق الخالق، على صورته الإنسانية، النفعية، والغاية.

وإذالنا في نظام إمبرياليّ، فلا بدّ أن يتّصف الله بالإمبرياليّة والهيمنة والسيطرة على المسكونة باسم نظريّات كنهاية التاريخ وصدام الحضارات، و«حدود الدم»! وفي النظام الإمبرياليّ، تكون إيديولوجية الغالب، وزيّه، ولغته، ومنطقه هي الأساس، بل يمارس لعبة التسمية على الآخرين باسم الحرّية، والديمقراطية وحقوق الإنسان، ويقسم الدول «الأخرى» إلى دول فاضلة ودول «مارقة» في عملية من الخلط بين القيمة و«حكم القيمة». وما القيمة في النظام الإمبرياليّ؟ إنّها قيمة إمبريالية، مديوغرافية، تخلط في «مركبة الصورة» الفكر واللغة والتقنية والدلالة، في علاقة الحسّ بالاحساس بالمحسوس، حيث نمارس إحساسنا في عالم، وتسمية الأشياء في عالم آخر.

وماذا يصبح اسم أميركا لو قمنا مثلاً بعكس الموقف من وجهة التسمية

المضادة؟ تصبح أميركا (الولايات المتحدة) «دولة لوفياتان» (تنينًا) أسطوريًا يضخّ حممه على العالم والمعمورة، فهي دولة ديموإمبريالية، من منظور ديمقراطي، وسياسي، وسوريا يالية فانتازية، من منظور فني جمالي، تقدم فضلاً لها في معلمات، والفووضى والعنصرية واللأخلاقية في الدادائية - الجديدة، في مبولة ديشامب، وفنون العربي المجانية^١ ، حيث يصبح الجسد قيمة بلا قيمة، وفن الكاريكاتور كفن واقعي وافتراضي (هوليوقراطية) هو الفن.

وماذا عن أخلاقيّة الجسد - الحضاريّة؟ ألا تصبح أميري بمقتضاه دولة ديمو «قراطية»^٢؟ وماذا عن الفضيلة وفضلاً لها؟ ألا تكون أميركا بمقتضاهما «سوقراتية» وسلعة قراطية، وبرغر قراطية، وبيتز قراطية (Hut) وكولا قراطية؟!

وماذا عن الاقتصاد، والدولرة، ومؤسسات البورصة، والبنك الدولي، والمسوئية، ولوبيات الضغط، والمال (رأس مال) الناطق ألا يحول الإنسان إلى حيوان مالي ناطق، ويحول أو يسعى إلى تحويل العالم إلى «ديمولارية»؟ من دون معادل ذهبيّ؟!

وماذا عن الديموقراطية الأميركيّة، ألا تكون بمقتضى استراتيجيات «حدود الدم» و«الكاوس» و«نهاية التاريخ» وصدام الحضارات «ديمقراطية» ودمى قراطية، وبترو قراطية وموز قراطية (ديمocrاتيات الموز وشركات الفواكه المتّحدة)؟ وماذا عن شركات النفط المتّحدة التي تخاض الحروب باسمها، من أجل تعميم النموذج الديمقراطي على العالم والمعمورة؟! من أجل «عالم جديد» باهت Desenchanté، يجمع الصورة بالمعلومة بالسياسة بالتواصل الافتراضي خارج

1. Performance

2. Fuckcracy

الدلالة، وبلا دلالة؟ في سحر الصورة المتعالية، المخصوصة، في عملية الفرجة، بلا تفريج *catharsis*، خارج الزمان والمكان والتاريخ في حياة الصورة وموتها -
بحسب تعبير ريجيس دوبريه -؟

لائحة المراجع والمصادر:

١. ريجيس دوبيريه. حياة الصورة وموتها. ترجمة د. فريد الزاهي. دار أفريقيا الشرق - ٢٠٠٢. بيروت.
٢. أندرية لالاند، موسوعة الفلسفة. تعریب خليل أحمد خليل، دار عویدات، ٢٠١٢.
٣. عبد المنعم الحنفي، موسوعة الفلسفة والفلسفه، 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 العربية، المنظمة العربية 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 عددين من مجلة *Le Débat* (عددي ١٣٨ و ١٣٩)، يقترح الفيلسوف الفرنسي مارسيل غوشيه تناول الميديا واجتياحتها عالمنا المعاصر بمنهجية جديدة. فقد حدد الأسئلة الأساسية التي تسمح بترقية إمكانية فهم فكرة «مجتمع وسائل الإعلام»، وعكف على تعميق استبيانين أو ثلاثة أساسية، للإحاطة بتأثير وسائل الإعلام في السياسة.

هل صحيح أن «السلطة الرابعة» تقدّمت على السلطات الأخرى؟ ما طبيعة هذه السلطة؟ كيف تكيّف الطاقم السياسي، مع هذه البيئة الجديدة، أليست الحقيقة، أنّ وسائل الإعلام، تمارس تأثيراتها السياسية، الأكثر عمقاً، من خلال برامج التسلية؟ ألم يحن الوقت، لتقويم مدى تأثير الكلام العام، الذي ينقله الطيف الإعلامي؟

هذه الأسئلة يجيب عنها مارسيل غوشيه في هذه المطالعة.
إنّي هنا في وضعية غير عاديّة قليلاً، لأنّي سأعبر عن رأيي، ليس بوصفني

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 مقدس.

٢. مارسيل غوشيه *Marcel Gauchet* فيلسوف فرنسيّ معاصر.

مؤلفاً فحسب، ولكن بوصفه ناشراً لمجلة *Le Débat* أيضاً، والتي خصّصت عددين لوسائل الإعلام، تحت هذا العنوان «التفكير بمجتمع وسائل الإعلام» الذي اخترنا أن نستعيده في المؤتمر الراهن.

هذا هو البرنامج، الذي أريد أن أعلنه وأوضحه، لن أتكلّم بوصفه اختصاصياً، لن أناقش أبداً، لن أقول شيئاً عن الأسئلة التي لست أهلاً لها، ولكنني سأحاول جهدي أن أستخلص الرهانات العامة، الإشكالية التي يعرف الجميع أهميتها.

سانطلق من ملاحظة أولية، متعلقة بفكرة مجتمع وسائل الإعلام، لقد اخترناها عمداً، وإذا تكلمت بصيغة الجمع، فذلك لأنني أتكلّم على المجموعة الصغيرة، التي تمثل هيئة تحرير مجلة *Le Débat* - لحياديتها البيانية، مفضّلةً على عدّة أفكار ممكّنة أفكاراً تحمل جميّعاً ضرر نقل افتراضات مسبقة وقوية، مثل «مجتمع الإعلام»، الفكرة الأكثر انتشاراً في أيامنا الراهن، «مجتمع التواصل» أو أيضاً «مجتمع الشبكات» عنوان كتاب مهم لـمانويل كاستيل¹ عن الموضوع واستعراضه باختصار ليس أمراً دونفائدة.²

مفردات لغة

فكرة «الإعلام» تحدث لبساً، بشكل عام، بين القيمة العاديّة للإعلام، الإعلام بالمعنى العاديّ، الصحفّيّ، ونظرية الإعلام بالمعنى الذي قصّدته كلود شanon². الالتباس موجود في «مجتمع الإعلام» الذي يركّز على الطبيعة البيانية للسرعة، وعلى تعدد مصادر المعرفة، التي تأخذها من العالم المحيط. إنّها تستدعي عالم التزامن الجديد، حيث كل شيء يُعرف في الحال، في زمن حقيقيّ (قياسيّ) كما يُقال. وهذا لا يصحّ بالنسبة للإعلام (الأخبار) بالمعنى الصحفّيّ

1. Manuel Castells

2. Claude Shannon

فقط، وإنما يصحّ أيضًا، بالنسبة للمعارف بالمعنى العلميّ، من حيث تتوالى فكرة مجتمع الإعلام مع كلّ مجموعة الأفكار الملحة، التي تشهد اليوم نجاحًا كبيرًا: اقتصاد العلم، اقتصاد المعرفة، اقتصاد الإدراك¹. من هذا المنظور، تشمل وسائل الإعلام، كلّ ما اصطلاح على تسميتها تقانات (تكنولوجيات) الإعلام والتواصل، والمسألة تكمن في معرفة، إذا ما كانت خصوصية وسائل الإعلام، تتفكّك في هذا الركام التقنيّ.

مجتمع الشبكات يركّز على الشكل الجديد للعلاقات الاجتماعية التي تُملّيها أو تفرضها تقنيات الإعلام والتواصل الجديدة. إنّها تلحّ ضمنًا، على أفقية العلاقات الاجتماعية المرتبطة بهذه التقنيات على لا محدوديتها ما بين—فردية الشبكات، وهي من حيث التعريف مفتوحة، من دون حدود، سواء أكانت هذه الحدود جغرافية، أو اجتماعية أو تراتبية داخل هذه الشبكات.

إنّا، بالتأكيد، نستطيع تعميق هذا التفّحص. 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.

بِثُ الرسائل

«إنّ مجتمع الإعلام»—بعودتنا إلى الفكرة التي اخترناها—يملك الأفضلية، في تحرير الذهن، من هذه التصورات، مع الإشارة إلى أنّ ما ييدو، إجمالًا، الأكثر أهميّة: خصوصيّة الواقعية الإعلامية، داخل هذا الركام من تقنيات الإعلام

والتواصل الجديدة، خصوصية النشاط، الذي يصرّ على إرسال رسائل لمناول الجمهور، في حين أَنَّك، عندما تقوم بالتواصل عبر هاتف المحمول فإنّما ترسل رسالة لمناول خاصّ.

ندخل إلى ميدان وسائل الإعلام، إذ نرسل رسالة استهدافها عامّ، أي إنّها موجّهة افتراضياً لكُلّ الناس، حتّى لو لم يتلقّها إلّا 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 المادّية، 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 الأول الذي كرّسها حقّاً، المنسي اليوم، عن غير وجه حقّ، والذي يُستفاد دائمًا 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 مدة طويلة، في مجالات مستقلّة نسبيّاً، ثمّ في لحظة معينة، حصل تكامل، انعكاس بين وسيلة وأخرى من الوسائل الكبيرة. وسائل الإعلام تعمل اليوم بنسق، بحسب دارة 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 مدهشة جدًا لإسهام الكلام المتبادل، حيث تردّ مختلف الخطوط بعضها على بعضها الآخر. وبمقتضى نسق الإعلام هذا فرضت كلمة إعلامٍ نفسها في الحياة الاجتماعية. هذا التكامل لمختلف وسائل الإعلام، فيما بينها، يمتلك اليوم أداته التقنية، مع الإنترت، 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 بصدق هذا السؤال، إلّا أن نلاقي الحدس الذي ترجمه مختلف الأفكار التي أثرتها: الإعلام يقولب مجتمعه، يُثقل على وظيفته، يحدّد أنماط وجوده، أو على أيّ حال، يحدّد قسمًا متناميًّا منها، ولكن بماذا؟ كيف؟ وإلى أيّ حدّ؟ هذه هي المسألة كاملة.

السؤال ليس جديداً، لقد سمعتم من قبل كلامًا كثيراً بصدقه، وإنّما ما هو جديد هو الطريقة التي يُشار 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 الجددة، بالطريقة الأكثر عمومية، يمكن أن نقول إنّه كان ثمة مرحلتان طويتان، لدراسة وسائل الإعلام والتفكير فيها، وبائنا ندخل في مرحلة ثالثة.

اختراع وسائل إعلام الجماهير

المرحلة الأولى، توافق ما يمكن تسميته بزمن الشمولية: من شروطها الأساسية هجمة لسياسة الجماهير واختراع وسائل إعلام الجماهير، وكلّ هذه الظاهرات كانت مترابطة.

من وجهة نظر التواصل، كان يسودها نموذج، يتلخص بكلمة واحدة، هي الدعاية (البروباغندا). وإذا كان ينبغي، ذكر كتاب واحد فقط، يلخص على نحو ممتاز روحية هذه المرحلة، سيكون المؤلف المشهور لـ تشاكتين¹ الذي يعود لثلاثينات القرن الماضي، وعنوانه: اغتصاب العامة بالدعاية السياسية² حيث يحتوي الشرح وحده برنامج عمل. وبعد ذلك امتد النموذج، فالتوترات القصوى انهالت خلال السنوات ما بين ١٩٥٠ و ١٩٦٠، ومعها مفردات جذر نموذج³ 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 الصعبية بمكان التحقق من أنها توصلت إلى استنتاج سلبي. ليس لوسائل الإعلام هذه السلطة السحرية التي محضناها إياها، باقتحامها العقول وقولبها. ذلك لأنّ المواد، موضوع التعبئة، هي أكثر مقاومة بكثير مما كنا نعتقد. وبالمقابل، فإنّ الوظيفة الحقيقية، التي يمكن أن نتعرف بها، لوسائل الإعلام، في المجال العام، هي تحديد جدول الأعمال الجماعي - ثمة توافق واسع، للاختصاصيين حول هذه النقطة، إنّهم لا يقولون للمواطنين، وللأشخاص ما ينبغي عليهم التفكير فيه، ولكنّهم يقيّمون تراتبية للمسائل، يميّزون ما هو مهمّ، وما هو غير مهمّ، وما هو في المخطط الأول، وما هو في المخطط الثاني، إنّهم يضعون قواعد لحالات الطوارئ التي هي في ذاتها إخضاع كبير للعمل العام. 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 الإعلامي 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 الديمocratique في الأعراف الاجتماعية، إنّها ترافق ما أطلق عليه علماء السياسة، الموجة الثالثة للديمocratique: 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 حدّاً للديكتاتوريات في جنوب أوروبا - بقایا الفاشية في اليونان وإسبانيا والبرتغال - وامتدّت إلى أميركا اللاتينية، حيث أطاحت بالأنظمة العسكرية، ووصلت إلى بلدان الاشتراكية الحقيقة 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، وبدلًا من علاقة فرض الدعاية التي تم التركيز عليها، في المرحلة السابقة، والتي كانت قد أورحت، على سبيل المثال، بكل الدراسات حول الدعاية، عكفنا على مسألة التفاعل بين نسق العرض والطلب، للجمهور، وهو نموذج مختلف بعمق. كان حينذاك زمن الاعتراف الكبير بالرأي في السياسة، وذلك مع وصول فكرة إشكالية ديمocratique الرأي، مع الانحرافات والصعوبات، التي أشارت إليها.

ولنذهب سريعاً (لا أقصد عرض تاريخ عن الدراسات حول وسائل الإعلام، إنّما أريد بالضبط إثارة بعض الأسئلة)، يبدو لي أنّنا خرجننا من تشاويمية 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 الديمocratique، في مختلف معانيها. إنّا، اليوم،

في لحظة يجبر فيها، تطور الظاهرة نفسها، النظر إلى الأشياء بعين مختلفة، إنّنا مدفوعون إلى إعادة تقويم دور وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية، التي لم يعد أيّ شخص يستطيع تجاهل أنها أصبحت جهازاً مركزيّاً. 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 تشغّلها وسائل الإعلام داخله. إنّ ذلك أحد المقاييس التي انطلاقاً منها نستطيع القول إنّنا في زمن سوسيولوجيّ جديد: إنّ النظريّات عن المجتمع، من دون نظريّة عن وسائل الإعلام، اليوم، تفتقد بوضوح عنصراً مفتاحاً لعمل المجتمع. إنّ النظريّات التقليديّة تملك التذرّيّة لقوله حول الموضوع، كما نعلم. ولكن في الوقت عينه، تبدو طبيعة وظيفة وسائل الإعلام هذه صعبة جدّاً على الفهم، إنّها اليوم، أكثر غموضاً من أيّ وقت مضى، فإذا كان الدور شاملّاً، فإنّ الوظيفة صفيقة.

نستطيع منذ البداية، استبعاد بعض الأفكار المحفوظة، ليست وسائل الإعلام المحطة الواضحة المعالم للإيديولوجية السائدة، ليست أداة دكتاتورية السلعة، ولا أفيون الشعب الجديد، ولا آلة لإفساد عقول الجماهير. إنّ أحد التطورات المهمّة، للمرحلة الأخيرة، هي إعادة تقويم ثقافة الجمهور، لقد كان لديه صحافة سيئة جدّاً: النّظرة الجديدة، ترى مستواها إلى ارتفاع. الخطاب التهوييليّ أنّ إمبراطوريّتها تراجعت إلى حدّ كبير جدّاً. وسائل الإعلام، ليست في الاتجاه الآخر، الآلة التي تعبر عن حلم الشفافية الديمocrاطية، والتفاعل بين القاعدة والقمة، المقدر لها أن تقارب بين المحكومين والحاكمين، بين الشعب وممثليه.. المتحمّسون لا يقنعون عالماً واسعاً؛ إذ يقدّمون وسائل الإعلام، كما لو كانت قمة، فيما يمكن أن تخيله، في مجال التبادل الشامل بين الأفراد.

إذا كان ينبغي في هذا الموقف اقتراح فكرة مألوفة، فإنّني أختار فكرة الثقافة الإعلامية، هذا هو الدرس الذي استخلصته من العمل الذي أجزناه لبناء عددي مجلة Le Débat ومن اتصالات من شتّي الأنواع مع مهنيي المجال واحتصاصيّ المسألة التي كشفوها أمامي.

هذه هي الفرضية التي أردت تحرّيها، وسائل الإعلام هي مخلوقات ثقافات، ثقافات تتدخل فيما بينها، (ليس المقصود أنْ أنسّب لها الحصرية، أو أيّ استئثار في هذا المجال).

تضييف وسائل الإعلام، إلى الثقافات الموجودة، من قبل، جداول من المطالعة والثقافات، أي بالمعنى القديم والتقليديّ، عادات عقلية مؤسّسة على قيم، وعلى أنساق من المعايير والتقويم. إنّها تضع قيد التداول أنماطًا لكشف الحقيقة: إنّها تشجّع مواقف، وتدخل تطلّعات، وتقترح نماذج سلوكيات يتّسع تواترها ومكانها داخل مجتمعاتنا.

لتوضيح ما قصدته، سأستعرض، بادئ الأمر، وبسرعة بعضًا 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 تحتَ عليها وسائل الإعلام

سأعطي الأفضلية لثلاثٍ من هذه الثقافات، أو ما دون - الثقافات (التعبير ينطوي على شيء من التحقيق) التي هي، على علاقة مباشرة مع المجال السياسي، وسأترك جانبًا ما يشكل بطريقة ما الجزء الأكبر لتحليل الانعكاسات الثقافية لوسائل الإعلام: تحليل الثقافة الجديدة للصورة التي فرضت نفسها، في اقتداء عالم التلفزة والتي تخّصّ اليوم كلّ سجلٍ من سجلات التجربة، سواء أتعلّق

الأمر بعلاقة كل منها بصورته الخاصة، وهذه ظاهرة أصبحت على أهمية قصوى، أو بمن يؤمن بالحياة الجماعية، أو كان الأمر يتعلّق بموقع الكتابة في عالمنا، الكتابة هي بالفعل صورة من نوع خاصّ، تقييم مع الصورة بمعناها الشائع علاقات ملتبسة، تطوّرت كثيّراً في المرحلة الراهنة.

الكتاب الأكثر إيحاءً، الذي نستطيع قراءته في هذا المجال هو بالتأكيد بحث ريجيس ديبراي¹، «موت الصورة وحياتها»² 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 ديبراي، هو تهميش الصورة السينمائية من خلال الصورة المتكلّفة، وهو بذلك ينطوي في خطّ التفكير لناقد السينما الذي لعب دوراً كبيراً في الحياة الثقافية خلال السنوات العشرين الأخيرة، وهو سيرج داني³. إنني أعتقد أنّ هذه المقوله، غير صحيحة: لا أعتقد، إنّا شاهدنا موت الصورة، أو هبوط مستواها، ولكننا بالتأكيد، نشاهد إعادة تشكيل جذرية لمكانتها ودورها، سأشير إلى مزيّتين لألحظ جديّة هذه المكانة وهذا الدور.

الصورة القديمة التقليدية كانت ذاكرة، وكانت الصورة معدّة لتحفّر في العقول، أكثر بالتأكيد من أيّ مرسلة كلاميّة، إنّا لا نستطيع حفظ ما سمعناه، ولكننا نتذكّر مارأينا. وفي نظام الصورة الجديد، الأمر معكوس، الصورة تُكون لتطرد صورة أخرى. إنّا إزاء دفقٍ من الصور، حيث لا تتّضح أيّ واحدة منها. مملكة الصورة، هي مملكة حاضر يتجدّد من دون انقطاع، ويتسرب بالنسیان، 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 مثالٍ إجماع التفسير، وكان المثل المناسب مثل الكاتدرائية، حيث الصور تؤالف بين المتعلمين وغير المتعلمين، وفي النظام الجديد للصورة، كان على العكس، يسود تعدد المعاني للكلمة الواحدة التي لا يمكن القبض عليها: لا أحد يستطيع أن يتوقع ما سيكون مقروءاً في الصور. إنني أشير إلى هذه النقطة، لأنها تحديد بالضبط، حدود أي استراتيجية تواصل وأي محاولة تعبئه. الصورة هي ما يفلت من الذي يتوجهها، إنها تفرض العيش، مع هذا الالايقين. نستطيع عند الاقتضاء، تصحيح صورة بصورة أخرى، نعتقد أننا نتحمّل بها، ولكن المساق لا نهاية له.

وفيما يتعدّى هذه التوضيحات المختصرة، سأترك المسألة جانبًا؛ لأنّها مفرطة الاتساع، وتستدعي بذاتها عرضاً لا أحسّ أنّ لدى الكفاءة الخاصة للقيام به، ومن المؤكّد، أنّ ذلك هو أحد ورش أبحاث العقود القادمة، مع مشكلة أخرى ملحة: أي 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 دقةً، فيما يتعلّق بثلاث ثقافات، أو ما دون-الثقافات التي تتدخل مباشرة، في المجالين المدني والسياسي، سأميّز فيما بينها في التحليل، ومن الطبيعي أن كُلّ شيء هو على علاقة مع كُلّ شيء في هذا المجال، ولكن من أجل وضوح الغاية من الأفضل تمييز واحدها من الآخر.

ثقافة المشاهد

الثقافة الأولى، التي سأذكرها يمكن أن تُدعى ثقافة المشاهد. كان الاستعلام والتسلية حتى وقت قريب يقتضيان القيام بنشاط، كان يجب طلب ذلك، وكان

هذا النشاط عاماً. إذا بقينا في المنزل، لا نكون على علم بما يجري، ولا نتسلّى كثيراً، لنستعلم أو لنتسلّى. كان يجب أن نتفلّت من عالمنا الخاصّ، وأن نشارك مع آخرين مشروعاً تمت 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 تكف عن الاتساع، إنّ محباً 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 ممّيز للفرد المعاصر: عدم الالتزام، وعدم التشارك لا يحتاج المرأة لمشاركة أحد ليكون على علم بما يجري، ولن يكون حاضراً في عالمه. أتكلّم على ثقافة المشاهد؛ لأنّه في هذا الموقف تتّضح أفضليّة وجهة نظر الشاهد، بالمقارنة مع وجهة نظر الفاعل. الفائدة في السياسة، يمكن أن تتّضح مثلاً من حقيقة متابعة حملة انتخابية دون الذهاب للاقتراع. هذا يشكّل مفاجأة للذين درسوا الممتنعين عن التصويت في المرحلة الجديدة باكتشافهم، على نقىض كلّ جداول التحليل، أنّ عدداً لا بأس به من هؤلاء لديهم فائض من المعلومات، وهم على علم بما يجري، ولكن ليس لديهم الرغبة في الاقتراع، إنّهم يفضّلون مشاهدة ما يجري ويحلّلون. إنّ ابتعاد المشاهد أصبح سلوكاً جماهيرياً يزداد اتساعاً، وانطلاقاً من ذلك نستطيع أن نفهم مكانة ثقافة التسلية التي تشكّل حالةً قصوى لظاهرة ثقافة المشاهد؛ لأنّ من وجهة نظر المشاهد كلّ شيء يمكن أن يصير تسلية. ويمكن أن تجد حملة انتخابية، 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 خاصة

للإعلام، وترَكَز على قطاعه العام. وعليه فإنَّ الجوهرِيَّ في الاستهلاك الإعلاميِّ، لم يعد هنا اليوم، إِنَّه إلى جانب التسلية، وفي هذا الاستهلاك، تتشَكَّل النماذج، الأَكْثَرَ أَهْمَىَّ، للحضور في العالم، إِلَى حدَّ أَنَّه، لم يعد الكثير من الأَفْرَاد، يتزوَّدون بالمعلومات، انطلاقاً من البرامج الأخباريَّة، كما بيَّنت دراسة حديثة، إِنَّهَا تنشئ معلومات تحكم بصدقِيَّتها من خلال مختلف برامج التسلية، ومن هنا، تستخلص المعلومات التي تقدِّرُ إِنَّهَا الأَكْثَرَ صلاحيَّةً لاستخدامها في الحياة اليوميَّة.

الثقافة المجانية

الثقافة الثانية التي تستحق التفحص، هي الثقافة المجانية: كانت المعلومات والتسليات، حتَّى وقت قريب، سلعاً نادرةً وغاليةً، ولكن عالم وسائل الإعلام المعاصرة جعلها وافرةً ومجانيةً من وجهة نظر المتلقيِّ، وعليه فإنَّ المعلومات في الحقيقة، تبقى سلعاً نادرةً، ويقى إنتاجها غالياً كما التسلية، وهذا لا يمنع أنَّه من وجهة نظر المشاهد، أصبح الوصول المجاني إليها نموذجيًّا بشكل خاصٍ بنظر الأجيال الفتية، إِنَّه يمثل توقعاً اجتماعياً في غاية الانتشار، مع كُلِّ أنواع المشكلات مع حلولها -لقد بدأنا التتحقق من ذلك، مع الناقشات حول الشحن من بعيد للإنترنت، أو مشكلات الترخيص الشامل، وكذلك مع انتشار الصحافة المجانية أيضًا، الظاهرة الكبيرة في السنين الأخيرة.

إذا كان ثمة مشكلة، ذلك لأنَّ المجانية هي بالتأكيد طعم من الناحية الاقتصادية، ما يقدِّم مجاناً وفي الواقع كلفته باهظة، يُدفع ثمنه بطرق أخرى، الإعلان الدعائي يتكفل الأمر، خالقاً وهمَا لدى الناشر الاجتماعيَّ، ينبغي أن نرى فيه وهمَا نموذجيًّا الأشخاص أنفسهم الذين يحتاجون ضدَّ الدعاية يطالبون مع ذلك بتوسيع عالم السلع المجانية.

الدعاية لا تدخل طلباتها فقط، وإنما عقلها أيضاً. دور الدعاية الأكثر أهمية في وسائل إعلام اليوم من المحتمل أنه يكمن في نماذج مستهدفيها الذين تعرضها عليهم، وتدفعهم لتلبيتها. لقد صُممَت للتأثير في أكبر عدد منهم. وعليه فوسائل الإعلام هي نفسها أيضاً تستهدف أكبر عدد ممكن من تلك النماذج، لتنستفيد بالتحديد، إلى أقصى حدّ، من الوصفة الدعائية. ومن الطبيعي أنّها تفعل ذلك، لتدخل مرسلاتها الخاصة، في فلسفة المرسلات الدعائية. إنّ المضمون المقدم مجاناً ليس أيّ مضمون كان.

ليس ثمة موضوع أكثر أهمية في المستقبل من الشيء الدعائيّ، لن يكون مسألة بسيطة إفهام المواطن المستهلك أنّ ما هو مجاني يحظى مع ذلك بذوق جماعيّ مرموق. ثمة هنا خميرة للاتسسيس وللارتahan المعارض، الذي لم يكن يُشعر تأثيراته، نستطيع أن نضع عدم الفهم بين المسؤولين الذين يدفعون ثمناً، والمستهلكين الذين يطلبون المجانية من بين مواضيع المستقبل.

ثقافة التجاوز

الثقافة الثالثة التي سأدرسها ثقافة التجاوز التي تُشرك أيضاً بشكل أكثر مباشرةً مستقبل السياسة.

إنّ قوّة الصورة المترفة التي لا شيء لها هي إرساء وساطة، ليس لها مظاهر الوساطة، وساطة لا تُرى إلى حدّ ترك لدينا انطباعاً أنّها شفافة، إنّ في ذلك طعمًا. ولا حاجة للإلحاح في ذلك: الصورة المترفة هي موضوع إخراج وإنتاج واختيار. لا بدّ من عمل ضخم على الصورة لترك انطباعاً أنّها طبيعية و مباشرةً. هذه الوساطة غير المرئية خلقت دائمًا لدى الأفراد المواطنين نسق اعتقادات وتوقعات حيال أشخاص القطاع العام، أيّ كانوا؛ سياسيّين أم غير

سياسيّين، طلب علاقة شخصيّة و مباشرة، وتطلّب علاقة دونما وساطة، آلت إلى إنشاء نماذج أعيد بمقتضاها، تعريف المرسلة السياسيّة بعمق. فضلاً عن ذلك، توقف الكلام عن الدعاية السياسيّة: أصبحت الكلمة بذئنة تقربياً، لم يعد ثمة مجال إلّا للتواصل السياسيّ الذي أصبح نموذجه المثاليّ تواصلاً ما بين شخصيّ.

لقد ركّزنا كثيراً على الشخصية في الحياة السياسيّة التي نتجت منه مع كلّ تأثيراتها المنحرفة. إنّي أريد أن أنوّه، ببعد نلمحه قليلاً وهو ردّ الفعل المباشر عليه. نحن هنا، عند مصدر سوء الفهم الكبير الذي يتشرّب بين رجال السياسة والمواطنين، بين الممثّلين والممثّلين بين القادة والمقادين، سوء الفهم هذا يتشكّل بمظاهر مفارق كلّما ازداد ظهور السياسيّين قرباً في الصورة وسهل الوصول إليهم «مثل كلّ الناس» ازداد اعتبار المواطنين لهم بعيدين عن همومهم، وازدادت شكوكهم من عدم الإصغاء لهم وسماعهم؛ ذلك أنّ التجاوز مُخادع؛ لأنّ الموضوع السياسيّ جوهريّاً غريب عن العلاقة المباشرة بين شخص وآخر، السياسة تعالج ما هو مشترك بين الجميع. موضوع السياسة، من حيث التعريف، بعيد بل بعيد جدّاً، هو هموم كلّ فرد من الناس، كلّما أظهر المسؤولون السياسيّون قرباً من الناس، ظهرت السياسة التي يتعهّدونها 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، سأدرسها من زاويتين، الأولى تنظر بالحربيّ إلى الحاضر والأخرى

إلى المستقبل، وساعين بدايةً تحولات السلطة - المضادة التي تمثلها وسائل الإعلام، وسائل فحص وبالتالي، تشظي الفضاء العام الذي يبدو واقعاً تحت تحريضها، وفي ذلك ميل جنونيّ، ولكن يمكن أن يصير، انطلاقاً من الإنترت، إحدى المشكلات الأساسية لعمل الديمقراطيات.

ليس من قبيل الصدفة أنّ الكلمة «سلطة» تصل اليوم إلى طاولة التداول، ما إن نلفظ كلمتي «وسائل الإعلام»، ما إن تقول وسائل إعلام حتى يتبدّل 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، عصيّة على الفهم، سائلُّ الخُص المُسالَة 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 رسميّ.
- هي متعدّدة ومتعدّلة، في حين أنّ السلطات، من حيث التعريف، مركّزة ويمكن تعريفها.

- القسم الأكبر منها الآن، ملك القطاع الخاصّ، ويُخضع لمنطق الشركة والربح، حتى لو لم يكن ذلك، الهدف الحصريّ للذين يمتلكونها.

- أخيراً، ليس لوسائل الإعلام، القدرة على الالتزام، في حين أنّ ذلك ما يُعرف «السلطات» بالمعنى السياسيّ، 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 جدّاً، ولكن هذا شيء مختلف.

وسائل الإعلام تمتلك سلطة، إنّها ليست سلطة

هذه هي المشكلة التي حاولت فكرة السلطة المواجهة¹ حلّها تقليدياً، إنّها بالفعل تجيب جيداً على ضلعي المسألة. وسائل الإعلام تمارس سلطةً؛ لأنّها تستطيع عرقلة السلطات، ولكنّها ليست سلطة؛ لأنّها لا تُعرّف إلّا بالسلب، بالنسبة لسلطات تأسّست بالإيجاب. وسائل الإعلام هي سلطة مواجهة، وُجّدت لضبط السلطات، وببساطة من خلال الإعلان عن ممارساتها وانحرافاتها 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 التقليدية، لا تكفي - وهذا لا يعني أنّها غير صالحة: إنّها لا تسمح بالقبض، على كُلّ جوانب المسألة. ثمة شيء آخر، وأكثر من السلطة - المواجهة هذه، في وسائل الإعلام المعاصرة - ومنه هذا الهوس بهذه السلطة الإعلامية، العصبية على الفهم، التي تسكن الوعي اليوم.

ينبغي الكلام برأيي، على توسيع السلطة - المواجهة وتحولها التي جعلت منها ما أقترح تسميته، لفقدان تعبير أفضل، ميتا - سلطة، سلطة ما - فوق وما - وراء السلطات السياسية، وهي من طبيعة أخرى. هذه الميتا - سلطة لا تحل محلّها، فضلاً عن ذلك، لا تقول لها ماذا عليها أن تفعل ولا تأمرها.

تركتها سليمة، بمعنى ما، ولكنها تحدّد ممارساتها، وتضعها تحت صفة

1. Contre pouvoir

المحاكمة. هذه الميata- سلطة هي أكثر من سلطة مواجهة؛ لأنها تسمح للسلطة بأن تعمل، تلك هي الجدة 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 التوجّه مباشرة إلى ناخبيهم، وإلى الرأي العام، وإلى البلد من خلال قنوات يسيطرون عليها. كل شيء الآن يمرّ من خلال وسائل الإعلام. كل العلاقات الحيوية للمتخين مع ناخبيهم، في أي حال، على المستوى الوطني (وهذا يمكن أن يُناقش على المستوى المحلي)، تمرّ من خلال الميدان الإعلامي، ليس بطبيعة الحال، دون أن يفرض هذا إزماماته الواضحة. نحن جميعاً شهود على ذلك - مثلاً، في مسار اختيار مرشّحين، لتحديد أشخاص يُعتبرون جديرين للمبارزة في منافسة كبيرة، كالانتخابات الرئاسية في فرنسا وفي غيرها من البلدان.

نستطيع القول، ليس فقط أنّ وسائل الإعلام تشكّل هيئّة البنية التحتية للمسار الانتخابي بنقلها إليه قنواتها الحيوية للتحرّك بين الممثّلين والممثّلين، ولكنّها تشكّل في آن، بنيته الفوقيّة، وسأتجّرّأ لأقول تقرّباً «أناه الأعلى».

وسائل الإعلام أسّست وضيّعاً للسلطات العامة جعلتها فيه تحت الرقابة الدائمة التي غيرت بعمق، شروط ممارسة السلطة. نستطيع من النّظرة الأولى، تبادل التهاني لتعزّز الديمقراطية. وعلى أيّ حال، الحديث عن الديمقراطية التمثيلية يستدعي رقابة الممثّلين، وهذا لا يُستبعد أن تقايس جيداً تأثيرات العرقلة والشلل والعجز التي تصدر عن تلك الرقابة، وهي لا تذهب بالضرورة باتّجاه الديمقراطية، إذا كانت الديمقراطية هي سلطة الشعب، فما معنى ديمقراطية من دون سلطة؟

التجلّي الأكثر مشهديّة لهذه التأثيرات يمكن أن يُلخص بعبارة، هي بلا شكّ مفرطة القوّة قليلاً، ولكنّها تقول ما ينبغي قوله، عدم شرعية الولاية التمثيلية. 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 مسألة من خلال مجابتها الدائمة، لعرض سياسة في فترة زمنيّة تصبح إشكاليّة، خصوصاً إذا أضفنا إليها وظيفة وسائل الإعلام بتحديد جدول الأعمال وفهرسته، وهي لا تكتفي بتحديد سلم الأولويّات، بل تبّث في الجسم الانتخابيّ فكرة أنّه يجب التثبت من شرعية كلّ قرار، وفي كلّ لحظة.

ومن المناسب أن نتساءل إذا ما كانت المراقبة لا تنحو لتنقلب إلى نوع من نزع شرعية مبدأ السلطات في الديمقراطية. إنّها تفرز عدم شرعية متمدّدة تجعل ممارستها على ازدياد مستمرّ في صعوبتها، باستحضار اتهامات ضدّها. هذه هي الحجّة التي من أجلها أثيرت مسألة معرفة إذا ما كان تحول وسائل الإعلام إلى هذه الميّتا-سلطة لا يخبيء في النهاية سلطة مضادة لا تنزع لتحلّ محلّ السلطات السياسيّة، وإنّما لتفكّها.

تشظي الفضاء العام

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 تشظي الفضاء العام.

كان القرن العشرون، قرن وسائل إعلام الجماهير: راديو معّدّ طبيعياً للوصول في وقت واحد، إلى جماعة، وتلفاز وسّع أيضاً، هذه السلطة

الجماعية، مضيّفاً إليها قوّة الصورة. وقد أسهمت وسائل الإعلام في توسيعها التاريخي، لإرساء فضاء عامًّا موحد، جماعة ذات مرجعية بين المواطنين كلّهم بالمقارنة مع تنافر المجتمعات السابقة، وتجزئتها الاجتماعية والجغرافية واللسانية، فضلاً عن اختلاف أعرافها، المؤرّخ الأميركي إينج ويبير¹ استطاع هكذا وصف «تحول الفلاحين في فرنسا»، كما قال، بفضل المدرسة والصحافة، وهذا لم يحدث تلقائياً: ففرنسا العام ١٨٨٠ لم تكن قد أصبحت بعد بلداً يوجد فيه فضاء جماهيريًّا موحد. كان يوجد فضاء جماهيريًّا مثقّف محدود، مدينيٍّ، مختصٌ بنخبة، تترأس جمهوراً هائلاً، من جماعات محلّية غريبة عن الفضاء العام. وما حصل في القرن العشرين، ونسمّيه عموماً «ديمقراطية» وهو بالتحديد إرساء تناغم المراجعات، من خلال فتح البيئات الاجتماعية، الواحدة على الأخرى، بدلاً من انغلاق الجماعات على نفسها. وبهذا الصدد، إنّ الحركة خلال قرن قد مالت دائمًا نحو مزيد من الديمقراطية، وخاصة في المدة الأخيرة، مع اتساع تألف جماهير الصورة السمعية - البصرية.

ليس من المستبعد أن نجد أنفسنا في الوقت الراهن في نقطة من انحصار القوس. ومن المحتمل أننا نشهد انقلاب الميل: تضاعف العرض، وشخصنة الطلب، هما ربّما في طريقهما لتفكيك هذه الوحدة النسبية، وإرساء بعثرة للجماهير، وتفجر للميدان الإعلاميّ، وإعادة لتوزيع الجماهير في جماعات صغيرة بطريقة مختلفة كلّياً عن الماضي، ولكنّها تؤدي بنا مع ذلك، إلى تنافر المجتمع السياسي.

المولود الجديد لوسائل الإعلام، الإنترن特، شبكة الشبكات، الشبكة

التي توصل ما بين الشبكات، ولو أردنا مناقشة شرعية تسميتها، بالوسيلة الإعلامية، فهي تستطيع جيداً، أن تلعب الدور الحاسم للميل باتجاه التشظي. لا يرتهن كل شيء لها، وليس المقصود أنها مصدر التشظي الوحيد. ثمة ما هو مستقل تماماً عنها، تضاعف العرض الإعلامي، الذي يدفع في هذا الاتجاه على أي حال من جانب الإذاعات والتلفزيونات. وهذا أقل بكثير، من جانب الصحافة، المكتوبة ثمة تجزئة للجماهير وشخص تيمي¹ يذهبان في اتجاه بعثة الجماهير، ولكن الإنترت يضيف بعض الخصائص الإضافية التي تغير طبيعة ومقاييس الظاهرة.

هنا أيضاً يوجد شيء غير متظر، ومفارق كلياً، في هذا الميل لأن الإنترت، في معنى من المعاني، الموحد الكبير، الدامج، الذي يقفل نسق وسائل الإعلام على ذاته بربطه الصورة، الكتابة، والصوت في مستند وحيد، يجعل الأشياء كلّها متساوية ويسمح بالانتقال، من ميدان إلى آخر من دون أدنى صعوبة، ولكنه في الوقف نفسه، يدخل انقلاباً في موازين القوى، بين المرسل والمتلقي.

إنه يفتح فضاء البرمجة الذاتية في اتجاهين مختلفين: يكسر ارتهان مصدر المرسلات، واضعاً المستخدم في وضعية يستطيع معها، أن يشكل اللائحة، على هواه انسجاماً مع اهتماماته الخاصة، ولا يضعه ذلك في وضعية الادعاء كمبدع للمحتوى بتكلفة ضعيفة جداً.

لتوسيع المسألة إلى دينامية المجتمعات المعاصرة، ينبغي إضافة أن الإنترت هو الوسيلة الإعلامية لإنجاز صيرورة الفردنة² ولكنه أيضاً وسيلة الهويات، وسيلة الاختيار لأولئك الذين نؤلف معهم جماعة.

1. Thématique

2. Individualisation

الميل التاريخيّ، لوسائل الإعلام كان حتّى وقت قريب، تعميميّ، أي ينحو باتجاه فضاء عامّ، حيث بالتحديد، يلتقي فيه المرء بالآخر المختلف، ذي الرأي المعارض، المتناقض، وحتى بالخصم السياسيّ أو الأيديولوجيّ، أو المعتقد 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 كلّ الآخرين، وكلّ شيء، الإنترنت يوفر لمستخدميه إمكانية تجنب، كلّ ما لا يجيدون أنفسهم فيه، واللقاء حضريّاً مع أشباههم.

المسألة الكبيرة هي معرفة إذا لم تكن هذه الإمكانية ستنتصر على نحو ممّيز، مع تأثيرات مخيفة على الديمocratie؛ لأنّ من البديهيّ أنّ أحد شروط الديمocratie كي تعمل هو وجود جماعة ذات مرجعية بين المواطنين، تسمح بالنقاش على قواعد واضحة، انتلاقاً من معطيات وواقع مشتركة، وليس من المؤكّد أن شرط النقاش الديمocratiّ، سيكون متحقّقاً بطريقة فضليّ، أو مرضيّة في مستقبل قريب، فمن الممكن لتناقض وسائل استعلامنا وإمكاناتنا للمعرفة أن تطيح بهذا الشرط، وتضعنا في مواجهة واقع سياسيّ، قلّما تحلم به القلة المستغلّة التي تسيطر على محيط من الخصوصيات، التي لا رابط بينها إلّا الشبكات التقنية وتنظيم الأسواق.

تلك إذاً بعض الحجج الجيّدة دون غيرها - كان يمكن لي أن أذكر حججاً كثيرة إضافيّة - تسوّغ على ما يبدو لي التساؤل المتجدد حول مجتمع وسائل الإعلام، المجتمع الذي سيكون من واجبنا أن نتعلّم معه التخلّص من الورطة؛ لأنّ الأسئلة الأكثر إلحاحاً لهذه المشكلات، ليست إلّا في بداياتها.

إمبريالية الفن السابع مجتمعنا في مرمى هوليوود

حيدر محمد الكعبي^١

تعمل هذه المقالة على معاينة دور السينما الأميركيّة في صناعة الوعي العالميّ، وخاصة في الفضاء العربي والإسلامي، وهكذا يستعيد الباحث هنا المكانة الاستثنائية لمؤسسة هوليوود ودورها الفاعل في التأثير في البيئات والشرايخ الاجتماعية المختلفة على امتداد تاريخ كامل، كما يشير الباحث إلى ازدياد هذا التأثير لهوليوود مع بدء عصر ثورة الاتصالات على نطاق عالمي.

تمثّل 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 تطويراً على صعيد السيناريو والإخراج والتمثيل.

وفي عصر ثورة الاتصالات لم تتوان شركات الإنتاج السينمائي الكبرى عن اغتنام هذه الفرصة لتحقق 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 الأميركيّة (هوليوود) هي المصنع الأبرز للإنتاج السينمائي

¹ . باحث إعلامي من العراق - النجف الأشرف.

العالميّ، ونظرًا لما تمتّع به من خصائص فريدة، فينبغي أن تكون هي الهدف الأبرز لاهتماماتنا في هذا المجال، على الأقلّ في الوقت الحاليّ والمستقبل المنظور.

إنّ البيئة الاجتماعية الأميركيّة المتحرّرة قد فسحت مجالًا واسعًا أمام شركات هوليوود السينمائيّة لتعمل من دون ضوابط دينيّة أو أخلاقيّة، مما أدى إلى انتشار انتاج سينمائيّ يبثّ أفكارًا وثقافات تؤثّر بشكل سلبيّ كبير في عقائد مجتمعاتنا المسلمة التي يصلها هذا الإنتاج وسلوكيّاتها.

ولكن المشكلة أنّ قوّة الإنتاج السينمائيّ لهوليوود يجعل من مضمونه السيّئ أمّاً مستساغًا لدى الجمهور، وهنا مكمن المشكلة، فهو أمر شبيه بدسّ السمّ في العسل، علمًا أنّ ذلك لا يختصّ بالمنتج السينمائيّ فقط وإنّما يمثل سمة الإعلام المعاصر بشكل عامّ، هذا مع قطع النظر عن نشر الجنس والعنف اللذين صارا علامة مميّزة للسينما الأميركيّة.

فن التأثير السينمائيّ:

ليس من مجال للشكّ في أنّ فن الترفيه الإعلاميّ يعدّ أحد أهمّ الأساليب تأثيرًا في مجال التوجيه الفكريّ وصناعة الثقافة؛ إذ يتوافر على عناصر جاذبة تستبطن رسائل فكريّة يجعلها تنفذ بقوّة إلى العقول والقلوب على حدّ سواء، ولم يكن المؤرّخ «إريك بارنو¹»² يجانب الصواب حينما قال: (إنّ مفهوم الترفيه

1. Eric Barno

2. بارنو، إريك: مؤرّخ تلفزيون الأميركيّ، انتخب رئيسًا لنقابة الكتاب الأميركيّة في عام ١٩٥٧ وخدم في مجلس محافظي أكاديمية الفنون والعلوم التلفزيونية في عام ١٩٧٨ أصبح رئيسًا لمكتبة الكونغرس للصورة السينمائيّة، وقد كتب عنه رئيس التحرير السابق لمجلة نيويورك تايمز شيلدون ماير قائلاً: «كان بارنو عيناً على الأوغاد والأشخاص الخطرين، وقد بلغت عبقريته أجيالًا من الأميركيّين عبر موجات الأثير الإذاعيّ، وعلى شاشات التلفزيون وفي قاعات الدراسات.

في تصوّري هو مفهوم شديد الخطورة؛ إذ تمثّل الفكرة الأساسية للترفيه في أنّه لا يتصل من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم وإنّما هو مجرّد شغل أو ملء ساعة من الفراغ، والحقيقة أنّ هناك إيديولوجية مضمّنة بالفعل في كلّ أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيال يفوق في الأهميّة العنصر الواقعيّ في تشكيل آراء الناس^١.

ويعزّز كلام «بارنو» ما أشار إليه «هربرت أ. شيللر^٢» قائلاً: (إنّ التسلية هي التعليم والتعليم هو الأيديولوجية، ويشير «روبرت شايون»، محرّر التلفزيون في الـ«ساترداي ريفيو» إلى أنّ: «برامج التسلية تلمّح للجمهور بالطريقة التي يتعيّن أن يتبّعها في تحديد ما هو جدير بالاحترام في مجتمعنا، والكيفيّة التي يتصرّف بها، إنّها في الواقع أشكال من التعليم، من تلقين المبادئ»^٤.

والسينما.. الصناعة الفنية التي تطّورت بشكل مذهل خلال مدة قياسيّة من تاريخ البشر^٥ تعدّ من أكثر صناعات الترفيه تأثيراً في هذا المجال، بعد أن تربّعت

١. ينظر: الملاعون بالعقل لهربرت أ. شيللر: ٩٦

2. Herbert Schiller

٣. شيللر، هربرت: ناقد وعالم اجتماع وباحث أميركيّ، حصل على درجة الدكتوراه عام ١٩٦٠ من جامعة نيويورك، حذر من اتجاهين رئيسيين في كتاباته الغزيرة والخطب: الاستيلاء الخاصّ على الفضاء العام والمؤسّسات العامة في الوطن، وهيمنة الولايات المتحدة على الشركات التي تؤثّر في الحياة الثقافية في الخارج، وخاصة في الدول النامية. له ثمانية كتب ومئات المقالات في كلّ المجالات العلمية والشعبية 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 أول دار سينمائية ناجحة أنشئت على يد الفرنسيّ «لويس لومير» في العام ١٨٩٥ في «المقهى الكبير» شارع «الكبوشين» في «باريس»؛ إذ شرع (لومير) بعد اختبارات عدّة أثمرت عن صناعته لجهاز سماه «السينماتوغراف»، ومنه اشتقت كلمة «سينما» ليحقّق «لومير» بذلك آلة عرض سينمائية تفوق 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 يؤكّد الباحث الدكتور حسن عبّاسي^٢ في محاضرة له قائلاً: «إنّ صناعة الحضارات والمجتمعات تتركّز على رسم خريطة لها، وفي هذه الأيام فإنّ العامل الرئيس لرسم هذه الخريطة يكمن في مضمون المسلسلات، وبشكل أخصّ في الأفلام.. لقد مضى ذلك الزمان الذي كان الفلاسفة فيه يكتبون كُتبًا لإعداد المجتمعات، إذ تحول أسلوب الفلاسفة إلى ما يشبه أسلوب المخرجين أو الممثّلين أو كتاب السناريوهات، ففي الواقع إنّ الرائدين في مجال إعداد حضارة المجتمع هم الممثّلون والفنانون في ساحة التمثيل اليوم»^٣.

كيف تؤثّر السينما في عقولنا؟

كيف تؤثّر الدراما التلفزيونية والسينمائية في النفس البشرية؟ سؤال ييدو محيرًا بعض الشيء؛ لأنّنا عندما ننظر إلى الأغلبية الساحقة من البشر الذين يتبعون هذه الدراما نجد هم يتعاملون معها بمشاعر حقيقة، فأثناء مشاهدتهم مسلسلاً أو فيلماً ما، تجد هم يصابون بالخوف أو الترقب أو الفرح أو الحماسة أو الحزن إلى حدّ البكاء، مع أنّ الجميع يعلم - بما فيهم المشاهدون أنفسهم - أنّ ما يشاهدونه مجرد تمثيل كاذب لا واقع له.

وتعدّدت الآلات المسجلة مثل آلات «لومبير» و«ميليس» و«باتيه» و«غومونت» في «فرنسا»، و«أديسون» و«البيوغراف» في «الولايات المتحدة»، وأمّا في «لندن» فقد أرسى «ويليام بول» قواعد الصناعة السينمائية حتى صار ألف الناس يزدحمون كلّ مساء في قاعات السينما المظلمة (ويكيبيديا).

١. أطلق الناقد الفرنسي «ريتشيوتو كانودو» اسم (الفن السابع) على السينما، لأنّها في نظره عبارة عن الفن التشكيلي في حركة.. تأخذ شيئاً من طبيعة «الفنون التشكيلية»، وشيئاً من طبيعة «الفنون الإيقاعية» في الوقت نفسه.
٢. الدكتور عبّاسي، حسن أستاذ إيراني في العلوم الاستراتيجية، ورئيس مركز الدراسات الاستراتيجية المذهبية.
٣. اقتباس من محاضرة للدكتور عبّاسي ألقاها في قاعة مركز لارسباران الثقافي كمقدمة لتحليل المسلسلات الدرامية الاستراتيجية.

وربما تسهل الإجابة عن هذا التساؤل إذا علمنا الآليات التي يتعامل بها العقل البشري مع المنتوجات الإعلامية ومنها الدراما التلفزيونية والسينمائية، وقد أشار إلى هذه الآليات الباحث (أليكس أنصارى^١)^٢، حيث قال: «يتّم استغباء البشر عبر مشاهدة التلفزيون بصورة أخرى من خلال إلغاء نشاطات الجهات العليا في الدماغ (القشرة المخية الحديثة)^٣، وتحفيز الجهات السفلية في الدماغ (الجهاز الحوفي)^٤، وهذا المشروع يسمّى بـ(دماغ الزواحف)^٥؛ لأنّه يرتبط بردود الأفعال البدائية للحيوانات الراحفة، كالمواجهة والهروب؛ لأنّ دماغ الزواحف ليس لديه القدرة على تمييز الصور الحقيقة من الصور المجازية أو المزيفة، ونتيجة لذلك فإنّنا نعرف أنّ ما نشاهد من أفلام هو مجرد أفلام، أمّا في العقل الباطن (اللاواعي)، فإنّنا نؤمن بأنّ ما نراه حقيقة.

وكمثال على ذلك، فإنّنا حينما نشاهد مشهداً مؤثّراً تزداد سرعة نبضات قلباً، وعندما نشاهد إعلاناً ترويجياً عن بضاعة معينة نعرف أنّ المستجدين يريدون من خلال ذلك تصريف بضاعتهم، ولكنّنا في الوقت نفسه لا نشعر بالراحة حتّى نشتري تلك البضاعة، وإلا فإنّنا سنشعر في أعمقنا بالنقص؛ لأنّ تأثير ذلك قويّ يعمل على أعمق محطّات ردود الأفعال لدى الإنسان، فدماغ الزواحف يجعلنا

1. Alex Ansary

٢. باحث إعلامي إيراني الأصل يحمل الجنسية الأمريكية.

3. Neocortex

٤. هي الطبقة الخارجية من نصف كرة المخ، تتكون لدى الإنسان من سنت طبقات من الخلايا العصبية، سميت بالقشرة الجديدة لكونها تقع في أعلى مراتب التطور في التصنيف العام للكائنات الحية. وتعقيد تركيبة الطبقات الست هو ما يميّز الإنسان من باقي الكائنات الحية.

5. Limbic system

٦. هو الجهاز المسؤول عن السلوكات العاطفية والانفعالية والذاكرة المرتبطة بها.

7. Reptilian brain

طّيّعين أمّام متجيّي البرامج، ومن هنا يتأتّي لهؤلاء أن يستخدموا قدراتنا العاطفية لأجل السيطرة على عقولنا، وفي العادة لا نستطيع أن نكتشف كيف يسيّروننا بواسطة العقل الباطن اللاوعي (...). وتستمرّ هوليود بتوخيفنا عبر الأفلام التي تتضمّن مواضيع المafيات والعصابات والعمال المجرمين الذين يسجّنون بسبب غبائهم وطمعهم، وفي النهاية تستعدّ أذهاننا لتقبّل الحياة في المجتمع البوليسيّ الذي يتمحور على الاقتصاد؛ لأنّناقرأنا عنه في الصحف وشاهدناه في الأفلام ونشرات الأخبار، وتمّ تمجيده في البرامج الحواريّة، والآن تنتج أفلاماً عديدة تثبت أنّ ما حدث في ١١ سبتمبر هي أحداث حقيقية وليس مزيفه، كما تمّ تزييف الواقع التي أدّت إلى الحرب على العراق^١.

من جانب آخر يضع الكاتب (أبو حبّ الله) في تقرير مفصّل له شرحاً لآلية تأثير الأفلام السينمائيّة في نفوس مشاهديها قائلاً: (في الوقت الذي نجد القارئ أو السامع في العادة ما يكون على دراية كافية بما سيختاره قبل قراءته أو سمعه، وأنّ شخصيّة (الكاتب) أو (الخطيب) أو (المذيع) دوماً ما تكون معروفة التوجّه والمنهج، فإنّ الأمر يختلف كثيراً مع الأفلام السينمائيّة لأسف! والتي تغيّر توجّهات أفرادها (مخرجين أو ممثّلين) في كلّ مرّة حسب القصّة والسيناريو الذي تمّ اختياره لإنتاجه، فإذا وضّعنا في الاعتبار أنّ النسبة الأكبر لا اختيار فيلم ما هي التي تعتمد على جاذبيّة البوستر أو (التريلر الإعلاني^٢)؛ فإنّ ذلك يجعل من الفيلم غالباً مفاجأة (غير معلومة المحتوى)، إلاّ عند المشاهدة الكاملة لأول مرّة، ومن هنا فدّس (السمّ في الدسم) هو من أخطر ما يتمّ تمريره من خلال تلّكم الأفلام...

١. مقال بعنوان (السيطرة الواسعة على الأذهان عبر شبكة التلفاز.. هل تملكون أفكاركم؟) لألكسندر انصاري نشرته مجلة سياحة العرب في العدد ١٢٤ - ترجمة: موقع سيسنتم يار / مجلة سياحة العرب.

2. Trailer

٣. الدعاية الترويجية للفيلم.

كذلك من المعلوم أنَّ كُلَّ عمل فنِّي هو عمل «وحدي الاتجاه»، أي: يتم عرض الأمور فيه من وجهة نظر واحدة فقط، وهي وجهة نظر صاحبها، حيث هو وحده الذي يُقرِّر أحداثها وموافقتها، وهو وحده الذي يرسم صورة المظلوم من الظالم، وتحديد الطرف القويِّ الحُجَّة من الأضعف، والحسن من القبيح، والبداية من النهاية، وبذلك: فهو المُتحكّم الوحيد فيما سيتَّم عرضه على المتلقِّي، وكذلك فيما سيتَّم حَجْبِه عنه - وهو ما يُعرف بأسلوب (حارس البوَّابة)^١ - والأفلام في ذلك هي من أقوى المؤثّرات بسبب طبيعتها الجذّابة، والتي تحمل المشاهد ليعيش أحداثها ويفاعل معها لتجسّد في عقله وخياله الخاصّ؛ ولهذا نجد أنَّ مَن تأثَّرَ بها في حياتهم، إِنَّمَا أبصروا في الحقيقة بعين المؤلِّف أو المخرج لا بعينِهم هم، وَأَنَّهُم اعْتَنَقُوا أفكاره على غير نقاشٍ مُحايد...»

وأمّا أخطر ما في هذه الأفلام، فهو في حال عرضها على القنوات الرسمية لتصل إلى أكبر قدر ممكِنٍ من الناس، حيث لا يتم حذف مقاطعها الخبيثة (فكريًّا) وعلى غرار ما يتم حذفه من مقاطعها (الجنسية)، وبذلك نلمس مدى عمق تأثيرها، وهي التي لن تخاطب فئة معينة من الناس كالمثقفين مثلاً، أو لن تخاطب كباراً فقط قد صقلتهم خبرات الحياة، فيُرُدُّون شبهاتها، بل سيراهما أطفال اليوم شباب الغد - وهم أكثر الفئات العمريَّة تقبلاً وتقليداً وتأثراً بما يشاهدونه ويسمعونه لو لم يُحدِّرُهم منه أحد؛ ولذلك.. فإنَّ المرأة ليُشفق على بعض هؤلاء أمام احترافية (الخداع النفسيٍّ) و(المُغالطات المنطقية)^٢ التي يستخدمها الملحدون واللادينيون 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 غفلةٍ 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... يُعد 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 مقولهٍ ما مثلًأ أو مشهدٍ ما من الفيلم، أو حتى مضمون الفيلم بأكمله): فتتغير بسببه حياة المشاهد وربما إلى آخر حياته.

٢. أو يكون بطرياً ومتدرجاً.. وذلك حسب عمق الفكرة المُتسربة إلى عقل المشاهد، أو نتيجة المنظومة النفسية المدرورة القائمة على تكرار مشاهدة الشيء المعين لزرع التعود عليه وتبنيه - مثل تكرار مشاهد الجنس مثلًأ، أو مشاهد اللامبالاة بمشاعر الآخرين، أو مشاهد القتل والتعذيب والدماء، أو مشاهد الاستخفاف بالدين والأخلاق.

فالتحفيز على التقليد: يقع في حال تطابق أفكار الفيلم مع (مشاعر كامنةٍ) أو (ميولٍ خفيةٍ) أو (رغبة إثبات النِّديَّة أو القدرة على المُحاكاة) 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 للالحاد) نشرته مجلة البراهين في عددها الثاني ٢٠١٤ . ٢. م. س.

هوليود رأس الهرم السينمائي:

إذا شككنا في مقدار التأثير الدرامي في التوجيه والتعليم وتشكيل الرأي العام، فلن يقصر الدور المشهود لصناعة (هوليود) السينمائية عن إزالة هذا الشك، فهو ليوود التي تربّعت على عرش الإنتاج السينمائي في العالم كان لها الدور الأبرز في جعل أميركا هي أميركا التي نعرفها اليوم: الأمة التي تؤثّر سياساتها وثقافتها في الشعوب كافة.

وفي هذا الصدد يروي لنا الكاتب (مارك وير)^{٢٣} تجربة لطيفة حصلت له بصدّد تأثير هوليود الثقافي على الشعوب قائلاً: (لقد تنسّى لي أن أسافر إلى إيران في شهر سبتمبر الماضي مع ثمانية أشخاص لحضور مؤتمر «افق نو»، وحينما كنا جالسين في أعلى برج ميلاد في طهران لتناول الطعام، دار بیننا كلام حول عادات وتقالييد بعض الشعوب، وفوجئت بداخلة شاب إيراني في عقد الثلاثينات من العمر قائلاً: «الأمريكيون أناس رشيقون وذوو أجسام أنيقة، فقلت له باستغراب: الجميع يعلم أن الشعب الأميركي من الشعوب التي تعاني من السمنة المفرطة، فكيف تقول هذا؟ فأجاب: هذا ما شاهدته في الأفلام الأميركيّة، دائمًا يظهرون فيها بأناقة ورشاقة.

لم يكن ذلك الشاب غبيًا أو بليدًا، ولكن كشف لي مدى تأثير ونفوذ هوليود

١. هوليود عبارة بلدة صغيرة تقع في مقاطعة لوس أنجلوس التابعة لولاية كاليفورنيا الأميركيّة، أسّست في العام ١٨٥٣ كبلدة تستقطب المزارعين وأصحاب التجارة، ظهر عليها الاهتمام بصناعة السينما بشكل تدريجيّ بطيء منذ العام ١٩١٠، وفي أثناء الحرب العالمية الأولى أصبحت هوليود مركز الإنتاج السينمائيّ، إذ بنيت فيها خلال الحرب استوديوهات ومخابر سينمائية.

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 لمدّة تسع سنوات رئيساً لتحرير النشرة الدورية 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 الأميركي... ومما زاد في استغرابي أنّ الشعوب التي تتظاهر بأنّها صديقة لأميركا تحمل في الواقع أفكاراً سلبية عن أميركا أكثر من الشعوب التي تتظاهر بأنّ أميركا عدوّة لها). إنّ هذا التأثير العالميّ لم يكن وليد فراغ، ولكنّه جاء نتيجة لاهتمام حقيقي بهذه الماكنة الإعلامية الضخمة، بحيث أصبحت جزءاً لا يتجزّأ من المنظومة السياسية الأساسية للكيان الأميركي العام.

لذا يؤكّد الباحث عبد الحليم حمود في كتابه (سينما الدعاية السياسية) قائلاً: (كانت وزارة الدفاع الأميركيّة التي يطلق عليها في ذلك الوقت «وزارة الحرب» تنفق سنوياً مبلغ ٥٠ مليون دولار - وهذا مبلغ كبير جدّاً في ذلك الوقت - على إنتاج أفلام في أثناء الحرب العالمية الثانية من أجل ترويج الدعايات الحربيّة التي ترغب بها المصالح الأميركيّة داخل الولايات المتّحدة وخارجها... فهو ليوود كانت على الدوام مع توجّهات وتوجيهات وسياسات كلّ الإدارات الأميركيّة الجمهوريّة والديموقراطيّة على السواء، إنّ هوليود خاضت مع الإدارة كلّ حروبها، وكانت معها في كلّ معاركها، ووقفت إلى جانبها في كلّ العهود والمواقف والملّمات، ليس ثمة صناعة سينمائية وتلفزيونية في العالم لعبت الدور الذي تلعبه هوليود، لا من حيث قدرتها على الإبلاغ والتأثير ولا من حيث سلطتها على العقول والقلوب، دورها الإيدلوجي الإعلامي الدعائي لا يضاهي، وهي حاضرة في زمني السلم وال الحرب، حاضرة مع جيوش أميركا في ساحات

١. مقال بعنوان (ورقة أعمال هوليود والأيدي الخفية خلف الكواليس) لمارك وبر نشرتها مجلة سياحة

القتال، وحاضرة عندما تعجز هذه الجيوش وحدها عن فرض مشيئة أميركا. في كتابه «الفوضى» يقول (زيينيو برجنسكي) إنّ (القوة الأميركيّة بحدّ ذاتها ليست كافية لفرض المفهوم الأميركيّ لنظام عالميّ جديد) لا بدّ إذن إلى جانب القوّة المادّيّة السياسيّة والاقتصاديّة والعسكريّة من اللجوء إلى قوّة أخرى قد تكون أشدّ فعاليّة هي قوّة الدعاية والترغيب والإقناع واستعمال العقول والقلوب، وهل هناك أفضل من هوليوود - وهي مصنع السينما والتلفزيون - للقيام بمثل هذه المهمّة؟

إيديولوجية هوليوود هي أميركا نفسها، هي قيم أميركا والإيمان بها وتغذية النزعة الليبرالية الرأسماليّة حيث يسود قانون الأقوى¹.

وتأكيداً على العلاقة الوطيدة لهوليوود بمصادر القرار السياسيّة، فقد ذكر (ديفيد ال. راب)² في كتابه (عملية هوليوود) قائلاً: (هوليوود والبتاباغون لديهما تعاون قديم في صناعة الأفلام، وهذه سنة من السنن القديمة تاريخها يعود منذ عهد الأفلام الصامتة وحتى عهدها الحاضر، وهذا التعاون كان مفيداً لكلا الطرفين، المنتجين في هوليوود يحصلون على كلّ شيء يريدونه - مثل المعدّات العسكريّة التي تقدر بمليارات الدولارات، كالدبابات والطائرات العموديّة والحربيّة والغواصات النوويّة وحاملات الطائرات العملاقة - ويحصل الجيش على غایاته - مثل الأفلام التي تعطي صورة محسّنة عن الجيش والأفلام التي تسهم في استخدام القوّة بوساطة العسكر - والبتاباغون لا يمارس دور الراعي لهذه الأفلام فقط، بل يقترح ويشرف على كتابة السيناريو في الأفلام إذا كانت غير مقنعة بالنسبة له، حتى يضمن لهم رعاية الجيش والقوّات العسكريّة، وفي بعض

1. سينما الدعاية السياسيّة للكاتب عبد الحليم حمود: ٧

2. David rap

الأحيان تكون هذه المقترنات 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 عباسى ليؤكد على (أنّ النظام الفكريّ في أميركا ليس شيئاً آخر غير هوليوود؛ لذا فإنّ أهميّة هوليوود وصناعتها للأفلام التي تشكّل الحضارة في كفّة، وكلّ الصناعات والاقتصاد والقوّة العسكريّة في هذا البلد في كفّة أخرى)^٢.

لذا فلا غرابة أن يصرّ الرئيس الأميركيّ روزفلت وهو يفتح هوليوود عند إنشائها: «من هنا ستصنع 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 السكّاير هي التي حسمت الحرب الباردة لصالح أميركا^٣.

شركات الإنتاج في هوليوود:

إنّ قوّة هوليوود الحاليّة تفوق أضعاف قوّتها 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 للكسندر انصاري في مقال (السيطرة الواسعة على الأذهان عبر شبكة التلفاز) - مصدر سابق

٢. اقتباس من محاضرة ألقاها د. عباسى في قاعة مركز لارسبران الثقافيّ - مصدر سابق

٣. ينظر: مقال تحت عنوان (كم خسر العمل الإسلاميّ بموت مصطفى العقاد؟) للكاتبة نجدة لاطة - رابطة أدباء الشام.

٤. مردوخ، كيث روبرت (Rupert Murdoch): رجل أعمال أستراليّ أمريكيّ يهوديّ، يعدّ قطبًا من أقطاب التجارة والإعلام الدوليّ، وهو مؤسس ورئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي 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 الإعلامية المركزية والمدمجة، فالإنتاج في قطاع الاتصالات الثقافية والإعلامية مركز بشكل متزايد في أيدي شركات كبرى قليلة متماثلة في قطاعات مركزية مدمجة).^١ وللتعرّف إلى أهمّ الشركات السينمائية العملاقة والمدمجة التي تترّبع على عرش هوليوود نورد تقريراً نشره موقع ساسة بوست الإلكتروني جاء فيه: (إذا رتبنا شركات صناعة الأفلام عبر التاريخ، فستحتلّ شركة (وارنر بروس)^٢ المرتبة الأولى عالمياً، فقد جنت هذه الشركة إجمالي ٣٧,٧ مليار دولار أمريكي منذ إنشائها عام ١٩٢٣، قامت الشركة بإنتاج ٨٤٨ فيلماً مختلفاً، كان أبرزها على الإطلاق هو فيلم (فارس الظلام)^٣ الذي حصد مليار دولار أمريكي منذ إطلاقه عام ٢٠٠٨، ومن الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة كانت سلسلة أفلام (هاري بوتر) وفيلم (القناص الأميركي).^٤

وتأتي في المركز الثاني شركة (بوينا فيستا)^٤ التي تمكّنت من حصد ٨,٣٤ مليار دولار أمريكي 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 إجمالي ١,٥ مليار دولار منذ إطلاق الفيلم في

الدوليّ نيوز كوربوريشن News corporation التابع لها قناة فوكس نيوز الأخبارية المشهورة بمناصرتها المطلقة لإسرائيل وعدائها الشديد للقضية الفلسطينية، وتعدّ شركة نيوز كوربوريشن ثاني أكبر تكتل لوسائل الإعلام في العالم.

١. ينظر: استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلامية 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 تمكّنت من حصد ٣٢,٧ مليار دولار أمريكيّ منذ تأسيسها عام ١٩٢٤، قامت الشركة بإنتاج ٨٧٣ فيلماً كان أبرزها وأعلاها في الدخل هو فيلم (الرجل العنكبوت)^٢ الذي حقّق مبلغ ٨٢١ مليون دولار منذ إطلاقه 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 وأعلاها دخلًا الفيلم الشهير (تايتانيك)^٦ الذي تمكّن من حصد إجمالي ٢,٢ مليار دولار أمريكيّ 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 تقريباً منذ تأسيس الشركة عام ١٩١٢، الشركة قامت بإنتاج ٦٥٩ فيلماً 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 فيوريز)^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 حقق إجمالي ٢،٨ مليار دولار منذ عرضه عام ٢٠٠٩، لتكون هذه الشركة هي الشركة صاحبة أعلى الأفلام دخلاً في تاريخ السينما العالمية. ومن بين الأفلام الشهيرة الأخرى لهذه الشركة أفلام (حرب النجوم)^٤ و(يوم الاستقلال)^٥.

بعد هذا يتضح 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، ثم شركة (نيولайн)^٧ بإجمالي ٤،٧ مليار دولار، ثم شركة (ليونزغيت)^٨ بإجمالي ٦،٨ مليار دولار، ثم شركة (ميراماكس)^٩ بإجمالي ٤،٤ مليار دولار^{١٠}.

وبمراجعة سريعة لأسماء هذه الشركات العملاقة، نجد أن هوليوود ظاهراً هي عبارة عن مجمع لشركات مدمجة مستقلة تسعى للربح المالي من خلال الأعمال السينمائية الفنية على مستوى عالمي، ولكن بالتدقيق الجيد نجد أن 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 مدخلات كبرى شركات صناعة الأفلام

العالمية) بتاريخ ٢٠١٦/٢/٨

من رابط يجمع بين هذه الشركات، على رأسها عائدية تلك الشركات لليهود، وهذا الأمر في حد ذاته يستطبّن من المعطيات الشيء الكثير. هوليود 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، فشركة (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 وتغتصب بها صالات العرض السينمائي والتلفزيوني.. شكرًا للمكاتب مقاطعة إسرائيل.

وتشير بعض الإحصائيات إلى أن أكثر من ٩٠٪ من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأميركي إنتاجاً وإخراجاً وتمثيلاً وتصويراً ومنتجاً هم من اليهود...

ولعلّ أبلغ ما قيل في وصف السيطرة الصهيونية في مجال صناعة السينما الأميركيّة، 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 ينزعهم في ذلك أحد، ويطردون منها كلّ من لا ينتمي إليهم أو لا يصانوهم، وجميع العاملين فيها هم، إما من اليهود أو من صنائعهم، ولقد

أصبحت هوليود بسببهم (سدوم^١ العصر الحديث) حيث تنحر الفضيلة وتنشر الرذيلة وتنشر خص الأعراض وتنهب الأموال دون رادع أو وازع، وهم يرغمون كل من يعمل لديهم على تعميم ونشر مخططهم الإجرامي تحت ستائر خادعة كاذبة، وبهذه الأساليب القدرة أفسدوا الأخلاق في البلاد وقضوا على مشاعر الرجلة والإحساس وعلى المثل للأجيال الأميركيّة».

واختتمت الصحيفة كلامها بالقول: «أوقفوا هذه الصناعة المجرمة؛ لأنّها أضحت أعظم سلاح يملّكه اليهود لنشر دعایاتهم المضللة الفاسدة»^٢.

وفي الأبحاث التي تعلق بدراسة هوليود وإنجاتها غالباً ما يتم التعرّض للعلاقة الوثيقة بين اليهود وماكينة السينما الأميركيّة، باعتبارها تمثل علاقة حسّاسة وغريبة في حد ذاتها؛ لأنّ اليهود يحتلّون مساحة ضيّقة جدّاً من نسيج المجتمع الأميركيّ، ومع ذلك يمسكون بمقاييس هذا المحور الإعلاميّ الضخم الذي يغزو شرق العالم وغربه، ويعيد تشكيل الثقافة المحليّة والعالميّة على حد 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 الحسّاسة ذات التأثير الواسع، فاليهود لا يشكّلون في المجتمع الأميركي سوى ٢ - ٣٪ ومع ذلك يحتلّون ما نسبته ١١٪ من النخب الأميركيّة، و ٢٥٪ من الصحفيّين والناشرين المشهورين، وأكثر من ١٧٪ من قادة المراكز المهمّة الحكوميّة و ١٥٪

١. سدوم: مدينة من مدن قوم لوط لعلها، 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 قاضٍ مشهور بالجشع والجور، ضربَ العرب به المثل فقالوا: (أجورُ من قاضي سدوم)؛ وسبب جوره أنه كان يأخذ من كلّ من يفعل الفاحشة أربعة دراهم !!

٢. ينظر: مقال بعنوان (اليهود والسيطرة على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة والإعلان التجاريّ) نشره موقع طريق الإسلام بتاريخ ٢٠٠٦/٥/٣١

من الموظفين رفيعي المستوى^١.

(وفي العقود الثلاثة الأخيرة أصبح اليهود في الولايات المتحدة الأميركيّة يمثلون نصف المئتين من المفكّرين، و٢٠٪ من الأساتذة الجامعيّين الأوائل ويملكون ٤٠٪ من الشركات والأسهم الحقيقية في نيويورك وواشنطن، وأصبحوا يشغلون ما نسبته ٥٩٪ من المخرجين والكتاب والمتّجّين لأفضل خمسين فيلماً شهيرًا في أميركا منذ عام ١٩٦٥ إلى ١٩٨٢)^٢.

إنّ هذه الإستراتيجيّة التي اتبّعها اليهود أعطتهم سلطة لم تكن أيّ أقلّيّة تحلم بها في العالم، وقد نالوا ثمرة جهود حثيثة سعوا إليها منذ قرون ليعرّضوا تشرذمهم وعزلتهم الاجتماعيّة التي أفرزتها أيدولوجياتهم الأنانيّة في النظر إلى الآخرين نظرة دونيّة.

إنّ هذه السلطة الخفيّة ليست وليدة اليوم، فقبل ثلاثين عامًا أكد المحقق الأميركي واليهودي الأصل المعادي للصهيونية (ألفريد ليلينتال)^٣ في دراسة بعنوان (الاتصال الصهيوني)^٤ قائلاً: (عمق السلطة والقرار اليهودي الممنهج في الولايات الأميركيّة شيء محير للعقل، ويمكن القول إنّ الحصة 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 يتمثّل في تملّكهم وسائل الإعلام وتوظيفها لتحقيق استراتيجيّتهم التي تستهدف

١. ينظر: مقال (هوليود والأيدي الخفيّة خلف الكواليس) -م.س.

٢. كتاب (اليهوديّة والصورة الجديدة لأميركا Jews and the New American Scene) للكاتبين الشهيرين (سيمور ليبيست Seymour Lipset و إيرل راب Earl raab) من منشورات جامعة هارفارد / ص ٢٦-٢٧

3. Alfred Lilienthal

4. The Zionist Connection

٥. ينظر: مقال (هوليود والأيدي الخفيّة خلف الكواليس) - (م. س).

الاستيلاء على مواطن القرار وجنى الأموال الطائلة التي تعود عليهم بمزيد من القوة، يساعدهم في ذلك سجيتهم التي تجيز اتباع كل الأساليب الممكنة من أجل تحقيق ما يطمحون إليه، حتى لو كانت هذه الأساليب خسيسة وتعود على المجتمعات بالضرر البليغ.

وفي هذا الصدد يقول الكاتب (مارك وبر)^١: (رغبة هوليوود الجنونية لأجل كسب الأرباح الهائلة فيها تعكس أضراراً جسيمة على المجتمع، والسباق لأجل اكتساب أسواق ومبينات جديدة في هوليوود تسبب في ترويج ونشر الرذائل وإنماج ثقافة متدينة جداً؛ وهذا في حد ذاته يعد أمراً سيئاً جداً، ويضاف إلى ذلك التاريخ الطويل لهوليوود في ترويج الأيديولوجيات والأهداف السياسية الطائفية والقومية... قال (ستيف آلين)^٢ أحد أشهر الفنانين المحبوبين لدى الأميركيين... «الجميع في الجناح اليساري واليمين والمعتدلين يعرفون بأننا نعيش في زمن سقوط الأخلاق والثقافة، والكثير لا يريد أن يعترف بأن مسؤولية هذا شيء أيضاً يقع على بعض وسائل الإعلام المرغوبة لدى الناس» وبرأيي آلين «كان محقاً، لأن هوليوود لها دور واضح في هذا الانحطاط الأخلاقي والثقافي في الولايات المتحدة الأميركيّة وكثير من دول العالم يتغاهلون بذلك»^٣. وعلى كل حال، فإن إمساك اليهود بزمام هوليوود بات أمراً مسلماً به، يخضع له الرأي العام الأميركي وال العالمي على حد سواء، ويجرّيه المستهلكون بكل

1. Mark Weber

2. Steve Allen

3. مذيع تلفزيوني أمريكي وموسيقي وملحن وممثل وفنان كوميدي وكاتب شهير جداً. قام بتأليف ما يزيد على ٥٠ كتاباً، وحصل على نجمتين في ممر الشهرة في هوليوود (Hollywood Walk of Fame) ومسرح هوليوود الذي أطلق عليه اسم مسرح ستيف آلين تكريماً له.

4. مقال (هوليوود والأيديولوجية الخفية 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 نستمع إلى أحد متجي هوليود (جوئيل استين)^١ وهو يكتب في مقالة له بصحيفة (لوس آنجلوس تايم) قائلاً: (شخص يهودي أقول وبرفعة رأس وأريد أن يطلع الأميركيون على ذلك: نعم، نحن اليهود نسيطر على هوليود... ولا يهمّني ما هي وجهة نظر الأميركيين حول سيطرتنا على الوسائل الإعلام و هوليود و «وول ستريت» وإدارة الحكومة، الذي يهمّنا هو وجوب واستمرار سيطرتنا على هذه المراكز)^٢.

هوليود والدين:

لم تسلم العقيدة الدينية - كأفكار وقيم - من استهداف هوليود لها، في أسلوب ممنهج يؤدي بالضرورة إلى تحطيم الأديان أو إعادة تشكيلها في الذهنية الاجتماعية بشكل مشوه يجعل أتباعها عاجزين تماماً في ساحة الصراع الحضاري، ونجد ذلك واضحاً مع مطلع القرن الواحد والعشرين إلى اليوم.

وعن طريق متابعتنا عينة من الأفلام الأميركية ذات الصدارة في الإنتاج والتسويق التي أنتجت خلال عقد ونصف - تحديداً من العام ٢٠٠٠ إلى العام ٢٠١٥ - ظهرت لنا حزمة من الأفكار المضادة للأديان - وخاصة الإسلام - التي ركّزت هوليود على تجسيدها وتناولتها بطرق مختلفة تصب في المضمون نفسه، مما يدل على محاولات جادة لبث تلك الأفكار بين الناس، وفيما يأتي ملخص لمجموع تلك الأفكار^٣:

اللعبة على وتر المأسى التي تتعرّض لها البشرية، سواء تلك الناتجة من

1. Joel Austin

2. How Jewish Is Hollywood? by Joel Stein- Los Angeles Times 19th December 2008

3. للاطلاع على دراسة العينات يرجى مراجعة بحث (هوليود تستهدف الدين) - حيدر محمد الكعبي و محمد علي العسكري - إصدار المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية - ملحق الرصد رقم ١٤ - شباط / ٢٠١٦

الكوارث الطبيعية أو الكوارث المفتعلة من البشر، وإثارة عواطف المشاهدين من خلالها لتدفعهم إلى اتهام ربّ العبادة واللامبالاة، وتشويه روح التمرّد والسيخط على القضاء والقدر الإلهيّين تبعًا لذلك.

التشجيع المتواصل على مبدأ التحرّر الفكريّ وتمجيد الحرّية الشخصية واعتبارها مفتاح النهوض الإنسانيّ، واستشمار هذا المبدأ لرفض العبوديّة للربّ ووسمها بالتحجّر ومخالفة العقل وقتل الطاقات الخلاّقة، وتشجّع هوليود على ذلك بإظهار نماذج من الفكر العلمانيّ الفاعل في العلوم الإنسانية والتقنيّة مقابل نماذج من الفكر الدينيّ المتصلّب الذي لا يؤمن بالتطور ولا يواكب الحياة.

وفي المجال ذاته تحاول هوليود إعادة ترتيب التاريخ البشريّ وفقًا 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 نافعًا في هذه العصور؛ لأنّه لا غاية مفيدة منه لجعل حياة الناس أفضل—إن لم يجعلها أسوأ— وإنّما العلم التجاريّيّ وحده هو من يجلب الرفاهية والراحة لهم. ولخدمة ما تقدّم من أهداف، تسعى هوليود إلى تعميق الهوة بين الإيمان بالأديان وبين التطور العلميّ التجاريّيّ، وتجعل كلا الأمرين على طرفي نقىض جهد استطاعتها.

التركيز الشديد على نظرية داروين للنشوء والارتقاء، واعتبارها كلمة الفصل لبيان حقيقة وجود الحياة على الأرض، وتتّخذ من ذلك ذريعة لنفي وجود ربّ، وعلى الرغم من الھفوات العلميّة التي مُنيت بها هذه النظرية، إلّا أنّ هوليود تستخدم غالباً أسلوب المصادر على المطلوب من أجل إثبات أحقيتها والدفاع عن مضامين النظرية.

التركيز على معطيات الفيزياء النظريّة الحديثة لتفسير وجود الكون، وهو أمر

تنطلق به هوليود من نظرية الانفجار العظيم التي أُعلن 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 بالتعاليم 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 يلغى التسامح في تشويه بعض أدبياتهم الدينية وتاريخهم بشكل لا يرضي الطوائف اليهودية المتمسكة بالأصولية الدينية. في حركة تبدو في صفة الأديان، تعيد طائفة مهمة من أفلام هوليود تجسيد التاريخ الديني الخاص بحياة السيد المسيح عليه السلام، ولكن ذلك يؤدي في النهاية إلى فكرة الإيمان بالثالوث الإلهي وألوهية عيسى وفكرة الصليب للتکفير عن ذنوب أتباع المسيح.

الماديّة هي المنبع الأساسي الذي تنتزع منه هوليود كل تجسيد للظواهر الغيبية التي تحدث عن الأديان السماوية، وخاصة ما يتعلّق بتجسيد الملائكة والشياطين والجنة والنار والقيمة.

نفي مكثّف لفكرة وجود الخير المطلق أو الشر المطلق في هذا الكون، ومن هذا المنطلق تجد أنّ ربّ يمكن أن يكون شريراً في بعض الأحيان، في حين من الوارد جدّاً أن يكون الشيطان مثلاً للنفع والخير بالنسبة للإنسان.

ترسيخ محوريّة الدنيا، وجعل هذه الحياة هي الغاية والمقصد، وعلى هذا الأساس، فإنّ الحياة الآخرة – مع فرض وجودها – لا تمثّل سوى أطلال حياة على هامش هذه الحياة.

استخدام سخرية الكوميديا الدرامية لتسخيف المعطيات الدينية، وقد سخرت هوليود في الآونة الأخيرة من كلّ القضايا الدينية بما في ذلك المقام الإلهي والأئمّة والملائكة ولم ترّع حدّاً في ذلك.

وعلى الصعيد ذاته، كثيّراً ما تمزج هوليود الأساطير الدينية الخرافية بمعطيات الأديان السماوية وتجعل إحداها امتداداً للأخرى في كثير من الأحيان.

الثقافة التوراتية والإنجيلية المتداولة طاغية في المسائل الدينية التي تتناولها هوليود في أفلامها، وهي ثقافة في حد ذاتها سيئة لما تحتويه من ثغرات كبيرة لا تتوافق مع العقل والمنطق السليم.

خاتمة و توصيات:

يقول الباحث وليد مهدي^١ واصفًا تأثير هوليوود في تشكيل الوعي الجماهيري: (في اعتقادي الشخصي هوليوود بمثابة الخيال في «مخ» المجتمع البشري ككلٌ موحد، وحتى لو زالت الإمبراطورية العسكرية «الديمقراطية» الأميركية من الوجود، فأعتقد أن هوليوود ستبقى في القمة، ولن يصل إلى مستواها الفني مكان آخر في العالم، وربما سيكون لها دور أكبر في تثقيف البشرية عبر سبکها للعلم والفن واللاهوت والتاريخ في قوالب ملونة متنوعة تعيد إنتاج الفنون والعلوم والتاريخ في وعينا)^٢.

في مقابل هذا الفن المؤديج ذي التأثير الضاغط على عقيدة الإنسان المتدلين وسلوکه، لا بد من أن يكون لدينا ما يدفع مغالطاته الفكرية ويفضح ألاعيبه الإعلامية، ويبين لدى المشاهدين - وبخاصة الشباب - التفافه على الحقائق البدائية والقيمية بطريقة لا تخلو من المكر.

على أن أفضل طريقة لصد خطر هذا الإنتاج المؤثر هو استخدام الأسلوب ذاته، أي بيان الحقائق من خلال الأفلام السينمائية ذاتها، وبالأسلوب البارع والمؤثر نفسه الذي يستهوي طبقات المجتمع كافة، مع الأخذ بنظر الاعتبار أن التجربة شاهدة على أن المجتمع يتاثر 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 المحبك، مروراً بالتمثيل الجيد وانتهاء بالإخراج المحترف.

ولا يلغى ذلك دور البرامج التلفزيونية والجلسات النقاشية والندوات الثقافية

١. كاتب وباحث عراقي يوصف بأنه ماركسي مجده يحترم ويجل الثقافة الإسلامية.

٢. نشر في موقع الحوار المتمدن بعنوان (هوليوود وعالم ما بعد الموت) بتاريخ ١٣/١٠/٢٠١٠

والخطابات المنبرية والمنشورات الدورية في كشف خطر أفلام هوليود وبيان طبيعة تأثيرها في الجانب العقائدي والاجتماعي، لذا لا بدّ من أن يركّز المصلحون اهتمامهم بهذا الجانب لدرء خطره عقائدياً وسلوكياً في المرحلة الراهنة على أقلّ تقدير.

وعلى صعيد آخر، لا غنى لمفكّرينا ومثقّفينا عن الاطلاع العلمي المتخصص في المجالات العلمية الحديثة، كالفيزياء النظرية وعلم الحياة (الباليولوجي) وعلم الأرض (الجيولوجي)، وعلم الفلك، بمقدار ما يخدم الحقائق الكونية؛ لأنّه غالباً ما يتّخذ الملحدون الجدد من دقائق هذه العلوم مادّة أساسية لتبعة مغالطاتهم الفكرية لدعم الإلحاد، وهو أمر طالما انعكس على السينما الأميركيّة في أعمالها الشهيرة.

ولا يخفى أنّ أكثر الشبهات التي تتعلّق اليوم بالجوانب الغيبيّة تأتي من توظيف العلوم الحديثة لترويج الإلحاد، على عكس العهود القديمة التي كانت تتخذ من العلوم العقلية الصرفة وسيلة لهذا الغرض.

لذا فإنّ 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. هربرت أ. شيلر- المتلذبون بالعقل- ترجمة: عبد السلام رضوان- عالم المعرفة- ١٩٩٩.
٢. نجدة لاطة - كم خسر العمل الإسلامي بموت مصطفى العقاد- رابطة أدباء الشام - ٢٦ - تشرين الثاني ٢٠٠٥.
٣. أشرف فهمي خوخة- استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلامية- دار المعرفة الجامعية- ٢٠١١.
٤. فؤاد بن سيد الرفاعي - اليهود والسيطرة على صناعة السينما والتلفزيون والمسرح والثقافة والإعلان التجاري- موقع طريق الإسلام بتاريخ ٣١ /٥ /٢٠٠٦.
٥. اليهودية والصورة الجديدة لأميركا (Jews and the New American Scene) للكاتبين الشهيرين (سيمور ليبيست Seymour Lipset و إيرل راب Earl raab) - منشورات جامعة هارفارد.
٦. حيدر محمد الكعبي و محمد 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 بري¹

الرحلة العربية من الإعلام إلى «الميديا» لم تكن سهلة البتة، بقدر ما أنها لم تصل بعد إلى غايتها. ولو شئنا الشفافية لقلنا إنّها ما تزال إشكالية متواصلة يحتمد بشأنها جدل كبير، فضلاً عن أنّها مبحث هائل متعدد 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 الأخباري التقليدي الموجّه والذي لطالما جرى تقديمها بمعنى «التبليغ»، وكان يجري توجيهه بدأية من جانب السلطة (الدولة) إلى «الرعايا» أي الشعب، إنّما كان يدور في خدمة الدولة إياها، ولا يلتزم لا بالحقيقة ولا بالواقع المعيوش، بل بما ينبغي أن تكون عليه الأحداث وأخبارها لكي تسهم في مسيرة السلطة وسلامة السلطان. والإعلام التقليدي بهذا المعنى كان أولاً وأخيراً إعلام السلطان

1. باحث في سosiولوجيا الإعلام والتواصل لبنان.

أو الدولة ولسانها الذي «تبلغ» بواسطته رعاياها ما تطلبه منهم وما ينبغي عليهم معرفته والقيام به أو الامتناع عنه. بهذا المعنى كان الإعلام بمفهومه التقليدي المُشار إليه، ابن السلطان وخادمه. وعلى العكس جاءت الميديا» التي هي ابنة الفرد الاجتماعي، يسوقها كما يشاء، ويُلِيسِّها 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 متطلبات السلطان، ولسان الفرد بوجه طاغوت السلطة ومحاذيرها، ولسان المجتمع المتحرّر من قيود التقليد، المجتمع بما هو أفراد من كلّ شكل ومزاج. الإعلام كان «نظاميّاً» بمعنى ارتقائه 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 يهمّه بنفسه، وعن رأيه الخاصّ وهواد الشخصيّ ومصلحته الذاتيّة 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 الفردية والجماعية.

مجال عموميّ جديد

ارتبط مصطلح الإعلام تاريخياً بمؤسسات الصحافة المكتوبة، ثمّ انضمّت إليها الإذاعة فالتلفزيون، كانت وظيفته تمثّل في إنتاج مضمون معدّة مُسبقاً وموّجهة لـ «الجمهور». أمّا الميديا فقد قفزت من بين أيدي السلطان وأدواته (السطوّية) ورقاباته العتيّة، وامتّضت صهوة التقنيات الحديثة الرقميّة الضاربة في عالم السيرانّيّة، كالحاسوب والهاتف المحمول... والتي تقوم، ليس فقط

بعمليّات التوصيل والنقل والتواصل، بل بعمليّات النقد والابتكار والتجديد وابتداع الآراء والمواقف والنشر أيضًا. صحيح أنَّ هذه التقنيات الجديدة أصبحت تؤدي وظيفة الصحيفة والتلفزيون والإذاعة والكتاب معًا، إلَّا أنَّها تميّزت باللمسة الشخصية للفرد الذي لم يعد مُلزمًا أن يكون من ضمن «النخبة» الذين « أمسكوا ناصية» الإعلام في صورته الكلاسيكية لكي يتمكّن من إيصال صوته، وصار بإمكان أيٍّ كان أن يقول وينشر ما يراه، وأن يُعبّر عن أفكاره ورغباته ومصالحه، من دون أن يكون سجين التقليق والاستماع والتنفيذ. وهذا ما أسقط فكرة الحتميّة في الخطاب الإعلاميّ، والتي كانت تحكم الإعلام العربيّ تاريجيًّا (على وجه التحديد)، ومعه أيضًا الديكتاتوريات المشابهة، وفتح الباب واسعًا أمام مجال إعلاميّ عموميّ جديد يختلف عن الذي كان قائماً، مجال يصنعه المواطن وليس الدولة، وبالتالي فهو مجال عموميّ حقيقيٍّ ومحبّ عن مكونات الصدور، على الرغم من مراوحته ضمن دائرة الصراعات ذاتها التي كانت تحكم المجال الإعلاميّ العموميّ التقليديّ. ومع التداخل والاندماج بين وسائل الإعلام الكلاسيكية ومنتج الميديا وتقنياتها الحديثة، ازدهر التنافس والتفاعل بينهما، وكان في مجمله لصالح الإنسان والحرية. فالميديا الاجتماعية هي وسط فرديّ ديناميّ يتحقق في الوسط الجمعيّ والجماهيريّ.

والواقع أنَّ انتشار التقنيات الإعلامية المتصلة بالميديا الجديدة والإنترنت، أنتج عدًّا متضاعداً من الإشكاليّات والممارسات تختلف عما كان سائداً تاريجياً بشأن إنتاج المعنى والثقافة والسياسة والمفاهيم المتصلة بكل ذلك في ميدان إعادة تشكيل الوعي الذاتي والمُشترك، وبالتالي إعادة تشكيل المجتمع. فالصحافة الإلكترونيّة على سبيل المثال، جاءت بخطاب صحفيّ مستحدث، وممارسة إعلاميّة جديدة، سواء من حيث إنتاج المضمون أو تأسيس علاقة جديدة

مع المجتمع المتفاعل. والثابت أنّ هذا النوع المستجدّ والمتسارع من الصحافة «اللحظيّة» الذي اكتسح العالم كُلّه، لم يولد كُمُعطى مكتملٍ، بل جاء بمثابة ابتكار تقنيٍّ فكريٍّ اجتماعيٍّ ثقافيٍّ متفاعل مع الذات ومع الآخر ومع الحدث، وهو ابتكار راح يتجدد في سياق غير مُتوقع ووفق ديناميّات لا حصر لها، جاعلاً من الشاشة (شاشة الكمبيوتر أو هاتف الجيب) نوعاً من الحلبة التي يتبارز عليها أصحاب الأخبار والأفكار بما عندهم، وأمام جمهور عشوائيٍّ لا يعرفون أفراده، وبالتالي فكأنّهم يحتكمون إلى أناس لا يمكنهم رشوتهم ولا التأثير الإغرائيّ أو التهديديّ عليهم. وهذا ما أفسح لظهور «شخصيات» جماهيرية جديدة، كلّ قوتها في ما تعرّضه من أفكار ومواقف وما تجاجج به من آراء، بدلاً عن وجوه «مستعملة» وأسماء مشهورة، وشخصيات قائمة ومُكرّسة، ولا تُفسح مكاناً لسوها. وهذا كان من أخطر وأحدث ثمار الميديا الجديدة.

وجهًا لوجه أمام طواحين الهواء

لقد مثلّ الفضاء الإلكتروني افتتاحًا غير مسبوق ولا مثيل له في تاريخ الثقافة العربية، وشكّل في الوقت عينه انكشافًا غير مسبوق لأمراض هذه الثقافة وعلاقتها حيث وُجدت. ومن خلال أمراض الثقافة والمعرفة والسياسة وما إليها، تجلّت أمراض السلوك والمجتمعات، وأمراض الأفكار المسبقة والعادات الطاغية والتقاليد الحاكمة. وهذا كله هو ما أنتج مجتمعاً جديداً بمعنى ما، هو مجتمع هذه الميديا الجديدة المتخلّل من قيود التقليد وطقوس التكرار والإعادة واجترار المكرّر المُعاد من دون أفق ولا مخرج. فبعدما كان الإعلام العربي على سبيل المثال، في مرحلة أولى، مرأةً أحادية الهوية (تعبر عن وجه السلطان ووجهات نظره)، وتعكس بشكل عام وسطحيّ حالة جماعية لمواجهة الاستعمار والإمبريالية والشيوعية (...) تحت هيمنة واحتكار السلطة والنخبة، أصبحت الميديا الجديدة مُعيّراً عن هوية حرة ومتعدّدة ومتنوّعة للعالم، وهي هوية أكثر غنى وحيوية بما لا يُقاس، على الرغم من أنّها كانت (وما تزال) قيد التشكيل.

يمكّنني القول من دون مغالاة ولا مغامرة إنّ الميديا الجديدة هذه هي مصطلح العصر (القرن الواحد والعشرين) الذي نستخدمه لتعريف كلّ ما يمثّل إلى شبكة الإنترن特 وعملية التواصل الهائلة والميسورة، والتفاعل بين الصورة والصوت والحركة على مسرح التكنولوجيا الضوئية التي نقلتنا إلى عالمنا، على الرغم من أنّ الشبكة العنكبوتية تلك ما انفكّت ضعيفة حيناً، وبدائية أحياناً، وغير منتظمة في الغالب، في الكثير من أقطار عالم عربي لم تعد توحّده... ولا حتّى اللغة التي باتت تتهاalk تحت وطأة اللهجات والتعابير والألفاظ والأصوات الخلاصية الناجمة عن تزويع ألفاظ من عالمية هذا البلد أو ذاك بألفاظ أخرى من الإنكليزية أو الفرنسية أو الهندية أو الأوردية...، لتوليد حقل تفاهم كلامي مُختلط متداير

متنافر... لكنه شبه مفهوم في معظم أوصاله، وهو ليس لغة عربية في النهاية. وهذا على العكس من لغة الصورة ومقاطع الفيديو مما أثارته الميديا الجديدة، والتي لا تحتاج إلى مهارات خاصة لفهمها واستيعاب مضمونه، كأي مشهد يحصل أمام المرء في الشارع؛ لذلك ربما ما انفك الخطاب العربي الإعلامي يراهن مرتبًا ومضطربًا في دوامة التعامل الاضطراري مع هذه الميديا الجديدة وإرهاصاتها المُتّسعة غالباً بنكهة شبابية سمتها الأساسية الجموج خارج المعتاد عليه. والملحوظ أن الخطاب الإعلامي العربي عانى وما انفك يعني الحيرة والإرباك أمام هذه الميديا وإناتجاتها اليومية المتداقة؛ ينظر إلى مستخدم هذه التقانة التعبيرية على أنه ناشط في حقل إعلامي غريب، هو بديل عن الإعلام المتعارف عليه، ويستهول أو يستنكر أو يتفاجأ أو يُعجب... دائمًا بما يجده في هذا النوع الجديد من الإعلام من حرية (يسميها في الغالب تفلتاً) وتنوع (يعتبره نمطاً من الفوضى الشبابية)، على أمل أنها لن تثبت أن تهداً، ومن نقاشات (يراهما تجسيداً للحوار داخل الطواحين الهادرة، حيث يتكلّم الجميع مع الجميع، ولا يفهم أحد على أحد). وحين يعطف الإعلام التقليدي على أبناء هذا الجنس من الإعلام البديل، يرى فيهم ضحايا لقوى (افتراضية) عالمية (وربما إمبريالية حسب الرغبة) تقودهم إلى تحقيق غاياتها (الجهنمية) و تستخدموهم للقضاء على «إعلام الأمة و ثقافتها»، وبالتالي على «شخصيتها الفريدة». وهذا ما يدفع آباء (بعض آباء) الإعلام التقليدي (ولنسمه القديم) إلى العمل على مصارعة طواحين الهواء في محاولاتهم مواجهة الميديا الجديدة التي لا يملكون فكاكاً من عظيم سلطانها وتأثيرها.

صناعة الخبر في الشارع

إنّ تداخل واندماج وتفاعل وسائل الإعلام التقليدية وإنتاجات الميديا الجديدة بتقنياتها التي قربت المسافة بين الحدث والخبر المصور عنه، حتّى جعلتها صفرًا (كما لدى نقل حدث اصطدام الطائرة الثانية ثمّ الثالثة ببرج التجارة العالميّ في حدث ٩/١١)، أدّت جماعتها إلى تحويل الإنسان (في أيّ بلد كان ومن أيّ طبقة معرفية أو اقتصاديّة...) إلى مُتابع تُشّدّه هذا الميديا وتضطرّه إلى متابعتها بذهول وشفف. والنتيجة المباشرة لذلك جاءت على شكل تأثّر وإعجاب بهذه الميديا، ثمّ ارتفعت إلى مرحلة التدخل فيها والمشاركة في إغناهاه أوّلاً بالتعليق (انتقاداً أو مديحاً)، ثمّ بالمشاركة في نقل الحدث، أيّ في صناعة الخبر في الشارع مباشرة في مشهد حدوثه. وشيئاً فشيئاً راحت خبرة الشخص غير المحترف تتقدّم وتطوّر حتّى بات بوسعيه نقل وجهة نظره بطريقة أفعل وأجدى، وصار بمقدوره التبشير بما يختاره والتحذير مما يكرهه. ومن هنا انتقل إلى ميدان المشاركة في صناعة الرأي العام. وهكذا باتت الميديا الجديدة نوعاً من المصانع الناشطة لإنتاج وصناعة الرأي العام، لتحلّ بذلك، وإن على مستويات دنيا أحياناً، محلّ الصناع التقليديّين للرأي العام من كبار المُنظّرين والمفكّرين وأصحاب المشاريع السياسيّة أو الرؤى من نوع «صراع الحضارات» وما إليه. وجاء التطور المتواصل والمستديم بلا توقف في تكنولوجيا الميديا الجديدة ووسائلها، لينشئ موجة متصاعدة من التفكير المبنيّ حول دور شبكات التواصل الاجتماعيّ «الفعّال» في توجيه الرأي وصناعته، وبالتالي دورها الفاعل في إحداث تغييرات عميقه في ملامح المجال العموميّ للميديا وفي مقدراته على تشكيل المجتمعات بطرق جديدة. وعلى الأثر قام أباطرة الإعلام التقليديّ بالمزيد من محاولاتهم للتشكيك بصدقية أو بجدوى هذه الميديا وتبهيتها، فاتّهموها بالسطحية وبالتسريع وبعدم التعمّق وبالغمالة

وبالشعبوية... إلا أنّ مثل هذه الاتهامات كانت سرعان ما تتطاير وتنطفئ بمجرّد متابعة الناس لحدث ما يحصل في بلد بعيد، حيث يمكن لمن يرغب أن يتبعه لحظة بلحظة من خلال وسائل الميديا التي تصبح متيسّرة أكثر فأكثر وأقلّ تكلفة، وبالتالي أقرب تناولاً من قيل جماهير إضافية من المتابعين في مختلف بلدان العالم. فالأعطيات التي قدّمتها هذه الميديا وتقدمها تبقى دائمًا أبلغ تأثيرًا من كلّ الهجمات ضدّها. ومن جراء اتساع هذا النمط الجديد والناتج من الإخبار السريع والشامل، راح الأخصام التقليديون (ولا سيّما في المجتمعات العربيّة) يتولّون مختلف الطرق والوسائل لقطع الطريق أمام الميديا وذلك للبقاء على كراسيهم في مواقعها على اعتبار أنّهم «الصنّاع» التقليديون للرأي العام في بلدانهم من خلال الصحف أو الشاشات، وبدفع وسلطان «الدولة» التي تستخدمهم. ونجح هؤلاء في تشكيل نسق فكريّ في الأوساط المحيطة بهم يعارض الدور الذي تؤديه الميديا الاجتماعيّة في الحشد والتعبئة وصناعة الرأي العام، وينتقد قدراتها المستجدة في تحويل الأفكار البسيطة إلى قوى فاعلة في المجتمع. ومن هنا راحوا يقلّدون أشباهًا لهم سبقوهم هلّي هذا الدرب في الغرب، ومن عادوا وعandوا الميديا الجديدة ورموا بالحرّم وحاولوا تكبيلها بالتشاؤم منها ومن الأدوار التي تؤديها في غير مصلحتهم. وهكذا طفت على السطح نظريّات متهافة وجدت من يعمل على تسويقها لمواجهة الزحف الشامل للميديا الجديدة، فاختلقو 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 السiberانية والأجهزة الرقميّة، فقد حاول أخصامها تسويق فكرة «أنّ تكنولوجيا الاتصالات عوّيصة»، وأنّها مصدر عجز كثيرين عن اعتمادها، وأنّها تمثّل تحديًّا غير متكافئ لرجل الشارع، واعتداء على شخصه بذرية أنه لا

يعرف، وبالتالي فالإعلام العتيق هو الأسهل والأنسب.... إلى ما هنالك. إلا أن ذلك كله لم يؤدّ إلى التأثير المتواخّة، حيث إنّ المعتمدين على الميديا الجديدة ومتبعيها وممارسيها على مختلف الأجهزة المناسبة من هواتف جيب وأصناف آلات الكمبيوتر والأجهزة اللوحية، باتوا يُعدّون بالمليارات حول العالم، وهو رقم في تصاعد مستمرّ، وله الغلبة...، كيف لا؟! وتكليف الأجهزة والإنترنت تسير في مسار انحداريٍّ.

ليست التكنولوجيا وحدها...

لقد ثبت بالدليل العمليّ أنّ الميديا لا تتوفر بفضل التكنولوجيا وحدها. فهذه التكنولوجيا توفر أدوات جديدة للحياة التواصليّة والسياسيّة، لكنّها لا تمثل العامل الوحيد في عملية التغيير المجتمعيّ ولا السياسيّ بأيّ حال؛ ذلك أنّه لا يمكن إغفال شبكة العناصر الإنسانية والمعرفية والتخصّصية المُؤلّفة لواقع الأحداث بحدّ ذاته. فالأحداث لا تصنعها التكنولوجيا، ولا تحديداً تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بل تكون وليدة مجموعة مُعَقدَة من تفاعلات «بشرية-تقنية»¹ تحرّك في مسار مستقلّ عن رغبة من يتبعها 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 الأولويّة، ويكون له التأثير الأبلغ، ما يعود في النهاية إلى صالح الميديا على حساب الإعلام القديم. وهذا ما دفع بالإعلام القديم إياه إلى محاولة اللحاق بالركب، فإذا بالمراسلين يتراكمون مع كاميراتهم إلى موقع الأحداث لنقلها «على الهواء مباشرة»، الأمر الذي يتحقّق النجاح فيه مرات نادرة بالنظر إلى قُرب أو بعد موقع الحدث. إنّما لا

تصحّ المراهنة بكلّ ما في العجيب على هذا. فالميديا الجديدة و مجالات الإعلام والاتصال والممارسات المرتبطة بهما، كلّها ظواهر تاريخية بطيئة التشكّل ومتغيرة في الآن ذاته، وهي أغنّى بكثير من أن يطمح الإعلام القديم بمنافستها. الواقع أنّ الاهتمام الاستثنائيّ بالدور الذي تؤديه الميديا الجديدة في تداول قضايا الشأن العام ومناقشتها والتأثير في صناعة الرأي، يكاد يكون العالمة الأبرز في ميادين البحوث الأكاديمية حول الإعلام العصريّ وعلوم الاتصالات؛ ذلك أنّ الفعل الاجتماعيّ، بالمعنى الذي حدّده (ماكس فيبر)^١ يكون محكوماً بالوظائف التواصلية التي تتيحها شبكات التواصل الاجتماعيّ بالذات، لقد وضعت هذه الوظائف شبكة الإنترن特 في مقدمة الاهتمامات السوسيولوجية، وظهرت كأنّها الدافع الأساسيّ الذي أدى إلى إبراز دور الفرد في بناء واقعه اليوميّ وفي إعادة هيكلّته على نحو ما يسمّيه عالم النفس الاجتماعيّ كارل ويك^٢؛ دور الفرد الحيويّ في تجسيد الواقع^٣.
اللغة أو لا...

يُلاحظ أنّ مرحلة الانبهار المراهنة بتطور أنظمة الاتصال المندمجة وبما تتيح تحقّيقه 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 تتمتّع بتأثير فعال و مباشر على رأي الفرد، وبالتالي على سلوكه. وهو اعتقاد اختزلته نظرية عُرفت بنظرية الرصاصة

1. Max Weber

2. Karl Weick

3. كارل ويك هو أحد أبرز رواد نظرية النظم (Theory of Organization)، وتدور أعماله حول كيفية تشكّل المعنى في النظم بصورة عامة، فهو يعتبر أنّ التنظيم يتشكّل من التفاعلات.

أو الطلقة السحرّية، ومحاجتها أنّ الرسالة الإعلامية باللغة القوّة في تأثيرها، وأشبّه ما تكون بالطلقة النارّية التي اذا صُوّبت بشكل دقيق فإنّها لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته.

والاليوم أيضًا فإنّ مرحلة الانبهار بالتقنيات الإعلامية والاتصالية تُخيّم بظلالها على أدبيات الإعلام والاتصال. ويبدو وكأنّ من يمتلك حدًّا معقولًّا من الثقافة الرقميّة والمهارة في تشغيل أجهزة الاتصال والتواصل واستخدامها، يتسبّب بطريقه ما إلى مجتمع الميديا الجديدة المتميّز بالسرعة والتأثير والحرّية 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 والسلوكيّات المتداخلة بشكل يكاد يكون غير منضبط، بل وعشوائيًّا أحياناً وغير قابل للقياس. ومن العسير، إن لم يكن من العبث، العمل على محاصرة هذا الفكر أو احتواه 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 تتمتّع به من «طوعية»، ما يتيح صناعة الوضوح والتشویش في آن واحد وحسب الرغبة، وإنتاج التوافق والاختلاف كذلك، وممارسة الاعتراف والاستبعاد، وتحقيق الإظهار والإخفاء، للتваهم. فاللغة كما قال هайдغر¹ هي قضيّة الكائن وحقيقة، وهي مسكنه وبيت الوجود على حدّ تعبيره؛ لذلك يدعو دريدا² «إلى نظرة جديدة للغة، يتحول فيها الواقع إلى مجموعة من الأقنعة البلاغيّة». 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 متواالية لا نهائية من اختلافات المعنى».

وفي سياق الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي، فاللغة هي المجال الأساسي والنسيج الأول للغلاف السيميائي الذي يتحرّك في فلكه المجتمع. وهنا تكمن خطورة شبكات التواصل وأهميتها التي بوسعتها (وهي لا تبني تعلم على) تحديد منظومة الأخلاق والقيم المكيّفة لحياة الناس؛ لذا فمن الخطأ غير المُجدي التقليل من خطورة وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمحدد أساسي لبناء الرأي العام، في حين أنّ مستخدمي هذه الشبكات حول العالم يُعدون بالمليارات، وهم على تزايد متواصل. ولا ينبغي الاكتفاء باعتبار هذا التواجد اللجب والحضور الفاعل لشبكات التواصل الاجتماعي في حياة الناس، مجرد حتميةٍ تكنولوجية، بل ينبغي اعتباره حضوراً فاعلاً في حركة التغيير الاجتماعي، وعاماً حاسماً في اختياراته، ومُولداً حقيقياً للفعل الاجتماعي والسياسي.

واتساب وتويتر وفايسبروك

ولنتذكّر بواكير حالة ما سُمّي بـ«الربيع العربي» أواخر العام ٢٠١١، حين لعبت وسائل التواصل الاجتماعي ذلك الدور المركزي بالغ الأهمية في تأليب الناس وتحريك المجتمع واندلاع الثورة في تونس (بدايةً)، وسط إرباكات كبرى واجهت الحكومات والأجهزة المكلفة بحفظ الأمن. الاعتقاد السائد في أواسط باحثين ومهتمّين كثُرًا يؤكّد أنّ الثورات التي قامت في سياق ما أصبح يُعرف بالربيع العربي ما كانت لِتَحدُّث لو لا الدور الذي أدّته شبكات التواصل الاجتماعي، على

١. عبد الله إبراهيم، سعيد الغانمي، عوّاد علي، معرفة الآخر: مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة، (المركز الثقافي العربي، ١٩٩٠)، ص ١٣٩.

غرار تويترو فيسبوك، في تعبئة الرأي العام في البلدان المعنية. كذلك يمكن استعادة أحداث الانقلاب العسكري الفاشل في تركيا، خلال يوليو/ تموز ٢٠١٦، الذي هزَّ الحياة السياسية عموماً، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً هي الوسيط الميدياتيكي القوي الذي أفقد نظام الرئيس التركي رجب طيب أردوغان من محاولة الجيش الاستيلاء على السلطة، بعدما كان الانقلابيون من جهتهم قد استخدمو شبكات التواصل الاجتماعي إياها في سعيهم للإطاحة بالرئيس أردوغان، حين سيطروا على الوضع لوقت قصير قبل أن يستعيد النظام الزمام. والحدثان يؤكّدان على أمرين لا ينبغي تفويت العبرة من كُلّ منهما: الأولى تؤكّد على الدور الفاعل لوسائل التواصل الاجتماعي في تفجير وإدارة حوادث كبيرة من وزن ما سُمي بالربيع العربي في بعض بلدان العرب أو ما شهدته تركيا من محاولة انقلابية. وهذا ما وصل ببعضهم إلى إس巴غ توصيف «المعجزة» على وسائل التواصل هذه واعتبارها «مفجرة الثورات». وهذه هي العبرة الثانية. إلا أنَّ هذا الإرتقاء بالتوصيف إلى درك المبالغة لا يمنح المسألة صدقية ثابتة، ولا سيما أنَّ إفشال الإنقلاب التركي مثلاً تمَّ عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي ذاتها، ويستند هذا الاعتقاد إلى الأثر الدلالي الذي يُخلّفه الاستخدام العمومي للميديا الاجتماعية، حيث استخدم أردوغان يومها تطبيق فايسبوك¹ في الوقت الذي سيطر فيه الانقلابيون على القناة الرسمية التركية «تي آر تي»، وطلب من الأتراك النزول إلى الشارع لحماية النظام ومحاسبة الجناء. فهذا أكّد محدودية قدرات شبكات التواصل الاجتماعي، والميديا الجماهيرية بشكل عام، في مجال الجسم المطلق عندما يتعلق الأمر بالقضايا الاجتماعية والسياسية 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 الاجتماعي، فالآخرى ملاحظة أنّ وسائل التواصل تلك لم تكن غير الشاشة التي أدت 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 فعاليّتها التقنية والفنّية، ومن فائق سرعة بثّها للمعلومات وتبادلها. ولأنّ الميديا هي المسرح الذي توفر على خشبيه أشكال وخدوص 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 هم يقوم على افتراض مغلوط، حيث إنّ وسيلة نقل الحدث وتوزيعه ليست أبداً مُسبّب هذا الحدث وعلّة وجوده. وفشل الانقلاب على التركيّ أردوغان لم يكن حقيقة في مجرّد استخدامه تطبيق فايسبوك، بل في توفر بُنية عسكريّة وشعبيّة موالية له تحرّكت لتلبية نداءاته.

تكمّن الحقيقة الواقعية هنا في الفهم المناسب لطبيعة عمل شبكات التواصل الاجتماعي كوسط يتحقق في حدوده الحدث الاجتماعي ذاته. وهذه بدورها ترتبط بالفهم الأفضل لنظرية الفوضى^١ الفيزيائية التي برزت مطلع ستينيات 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 يتحقق النظام الخطّي تلك الشروط). وبمعنى آخر، فإنّ **النظام اللاخطي** هو أيّ مشكلة يكون فيها **المتغير** (المتغيرات) المفترض حلّها لا يمكن كتابتها كمتّركة خطّية لمكونات مستقلّة. وتقع المشكلات اللاخطية في دائرة اهتمام المهندسين والفيزيائيين والرياضيين؛ نظرًا لأنّ معظم الأنظمة الفيزيائية هي أنظمة لاخطية متّصلة

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 خطى، يحمل خصائص الأنظمة الدينامية اللاخطية التي تسكنها الفوضى بالمعنى الفيزيائى للكلمة. فمجتمعات اليوم تتفاعل في عالم مضطرب ومشحون بالتلقيبات السريعة والفحائية بحيث يمكن لظاهره 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 الرئيسية والفرعية التي كان تشكّل أساساً ضمن حدودها.

الإعلام ومقبض الإثبات والإبطال

الواقع أنّ الإعلام العمومي لم يعمل كسلطة رابعة في الأنظمة الشمولية، ولا سيما العربية منها على وجه الخصوص¹؛ لأنّ مقبض الإثبات والإبطال تمسّكه الدولة وتحرّكه بالاتجاه المناسب لمصلحتها واستمراريتها، فتثبت ما يوافقها وتُبطل ما يُلحق بها الضرر.

ومفهوم الإثبات والإبطال يعني ببساطة الإمكانيّة 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 المقاييس.

والإثبات والإبطال في هذا المضمار لعبة ميدياتيكية تقتضيها سياقات فكرية- سياسية- ثقافية لترويض الرأي العام والتحكم في اتجاهاته. ولقد أصبحت الميديا الجماهيرية اليوم وكأنها هي الشبكة التي تمنح الحدث أسباب الظهور والانتشار على أوسع مدى. وهذا يعود بنا إلى الحديث القوي في مطلع القرن العشرين عن قوة الكلمة، مع ظهور الإذاعات المسموعة التي غيرت من أساليب التأثير في الرأي العام بشكل كبير إلى حد اعتبار الإذاعة الفاعل الرئيس في كل التغيرات الاجتماعية في تلك المرحلة الزمنية¹.

ولم يلبث عنصر القوة الوازنة أن انتقل من الكلمة المسموعة (الإذاعة) إلى الصورة (التلفزيون والسينما)، وكثير الحديث عن سلطان الصورة وقوتها التعبيرية. وخلال النصف الثاني من القرن المنصرم راحت تتدفق الأدبيات المغالبة في تمجيد دور الصورة ومكانتها وأهميتها في صوغ التعبير وتشليل الخبر ومنحه عنصر الصدقية والإثبات. وراج الحديث على مديات واسعة عن دور الصورة في بناء الرأي العام، لكن ما اتضح في ما بعد هو أن الميديا الجديدة حازت على قصب السبق في هذا المضمار. وما ينبغي ذكره أن قوة تأثير الميديا الجماهيرية السمعية البصرية، لا تبع من بلاغتها كوسائل إعلامية، إنما من احتواها جدلية الإثبات والإبطال، والإظهار والإخفاء. وتاريخ وسائل الإعلام حافل بممارسة هذه الثنائيات التي لاحت بمثابة الشروط التي لا بد منها لتحقيق الضبط الاجتماعي والانتصار الميداني. ويتبين باستمرار أن فعل الإثبات والإبطال جدير بالفوز في

1. Jean-Tudesq, André, *La Radio en Afrique noire*, (Ed. A. Pedone, 1983).

تسويق الواقع ومنحه مقوّمات الإقناع، وخاصةً مع تطوّر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

اللّمّاح ابن خلدون

من الضروري أن تتحطّى الدراسات الإعلامية نموذج التفكير التبسيطي القائم على البحوث الوصفية ودراسات الجمهور التي تُسْكُنُها استنتاجات مُبرّجة مُسبقاً وبراهمين بائسة لا تجib على أسئلة المجتمع. على الدارس والباحث التّصّدي لفهم المشكّل الإعلامي والاتصالي بذهن مفتوح على حقول معرفية مختلفة تتيح تثبيت أسس منهجية وإبستمولوجية جديدة لعلوم الإعلام والاتصال؛ ذلك أنّ الفهم المتكامل لكيفيّات تحرك المعلومات وتحولها من طاقة كامنة إلى قوّة فاعلة في المجتمع، إنّما يتطلّب تسخير مبادئ وقوانين الطاقة الحركيّة والفيزياء الديناميكيّة ومبادئ الديناميّات الحراريّة. فالمعلومات بحدّ ذاتها في المجتمع هي أشبه ما تكون بالطاقة الحراريّة في الجسم البشري الحيّ، تسري في مفاصيل المجتمع كما الحرارة في الجسم. ووصف شبكة الإنترنـت بالشبكة العنكبوتية يأخذ من هذه الزاوية معناه الحقيقي الأصفي: فكما أنّ اصطدام الفراشة العابرة لشبكة العنكبوت المنصوبة يُشعر ناسجها بما جرى فيُسارع (وهو الحشرة) للإمساك بالفريسة، كذلك فإنّ نشر الخبر على شبكة الإنترنـت («يندر» أعداداً هائلة من الذين على الشبكة ويحثّهم على الإسراع في الإطلاع على ما حـدث. وبذلك تمثّل الشبكة الاتصالية العنكبوتية اليوم نموذجاً تكنوثقافياً¹ لنظام ديناميّ مماثل للأنظمة الديناميّة في الفيزياء النّظرية.

هذا القدر المرتفع من التلاقي بين العديد من الحقول المعرفية في سبيل تفكـيك جدلـية الأدوات الفكرـية والنظـرية المعتمـدة في عـلوم الإـعلام والاتـصال،

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 الاستغال بها في علوم الإعلام والاتصال.

من جهة مقابلة فإنَّ التعبيرات الفردية الجديدة التي تحضنها فضاءات الميديا الجديدة، تحيلنا على إعادة صياغة إشكالية الهوية بحد ذاتها، وهي من أبرز إشكاليات العصر، في ظلَّ الثورة المضطربة جراء وسائل الإعلام الجماهيرية التي باتت بين أيدي أفراد اجتماعيين من خارج دوائر «القلة الواعصة»، هذه الثورة التي تعمل في آن واحد على تحطيم «طواطم» الإعلام التقليدي من جهة، وإعادة تشكيل المجتمع ممن جهة أخرى.

وموضوع التغيير الاجتماعي عبر الميديا الجديدة سبق أن أشار له ابن خلدون بطريقته اللاحقة حين أشار إلى فكرة الشبكة الفاعلة في تفسيره لطبيعة تطور المجتمع القَبَلي، وكذلك في سياق حديثه عن مغالط المؤرخين وإهمالهم لقواعد التمجيص في الخبر الروائي^١.

ولنقرأ مما تركه لنا ذلك العبراني الكبير ابن خلدون: «إنَّ صاحب هذا الفن (فنُّ التاريخ)، يحتاج إلى «العلم بقواعد السياسة، وطبع الموجدات، واختلاف الأمم والبقاء والأعصار في السير والأخلاق والعادات والنحل والمذاهب وسائل الأحوال والإحاطة بالحاضر من ذلك، ومما ثلة ما بينه وبين الغائب من الوفاق أو بون بينهما من الخلاف، وتعليل المتفق منها والمختلف والقيام على أصول الدول والمملل ومبادئ ظهورها، وأسباب حدوثها ودعاعي كونها وأحوال القائمين بها وأخبارهم، حتى يكون مستوىً لأسباب كل حادث»^٢.

١. ابن خلدون، مقدمة ابن خلدون، (دار الأرقام بن أبي الأرقام)، في فضل علم التاريخ وتحقيق مذاهبه والإلماع لما يعرض للمؤرخين من المغالط والأوهام وذكر شيء من أسبابها، ص ٥٩.

وهذا كله يكاد يكون توصيفاً عصرياً لما ينبغي على العامل في إطار الميديا الجديدة لتأدية مهامه كما ينبغي.

أخلاقيات الميديا

يُقدر اليوم عدد مستخدمي الإنترن特 حول العالم بحوالي 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... وكل ذلك وهو جالس بمفرده أمام شاشة صغيرة، حيث لا حسيب ولا رقيب. فهل يجوز هنا وفي هذا الوضع (العالمي...) الحديث عن أخلاق مهنية في هذا النمط من الإعلام الذي تجتمع فيه شتى العلوم والتقنيات والأنمط الفكرية مع كلّ ما يمكن من الحوافز والضوابط وعوامل التفلت والاستهداف...؟ هل يمكن حقاً في بيئة كهذه تطبيق الأخلاقيات المهنية التي تعني: مجموعة القيم والمعايير للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيء، وما هو مقبول أو غير مقبول، والتي تعني إعلامياً المعايير الأخلاقية والضوابط التي يلتزم بها الصحفي أثناء عمله مدركاً الصواب والخطأ في السلوك المهني؟

هل ما برأحت المعايير الأخلاقية الإعلامية التي وضعت قبل انتشار خدمات الإنترن特، صالحة لليوم، مثل التركيز على النزاهة في العمل الصحفي، ودقة المعلومات والأمانة والصدقية وال موضوعية في نقلها وعرضها...؟

الجواب الأسهل، وربما الأصوب أيضاً من منظار مهنيّ هو القول إنّ الصحفي يبقى صحافياً، سواء عمل في جريدة أو إذاعة أو على موقع إلكترونيّ. وهو من هذه الزاوية سوف يلتزم دائمًا بما يقتضيه منه عمله، من دون أن تُغريه وسائل الإعلام الجديد وتقنيات الميديا المُبهرة على الاستفادة من هذه الخصائص لتمرير رسالة أخرى تجنب الحقيقة في سياق عمله.

ربما كان هذا النمط من الأوجبة لا يحظى بأي شعبية، ولا يمتلك ما يكفي من عناصر الإثبات. إلا أنّ الصحافيّ، يبقى إنسانًا أيضًا. ولعلّ المشكلة الكبرى تكمن في هذا «التفصيل».

لائحة المصادر والمراجع

١. عبد الله إبراهيم، سعيد الغانمي، عواد علي، معرفة الآخر: مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة، (المركز الثقافي العربي، 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 و خواء المعرفة وقائع مؤتمر باريس النقدي للإعلام العالمي^١

غويلان شيفرييه^٢

المقدمة

شكلت العلاقات المعقّدة التي تقيّمها الديمocratie والسلطات والدعاية في القرن العشرين موضوع ملفّ عدد أيلول ٢٠٠٢ من مجلة Cahiers d'his-toire^٣). ركّزنا في ذلك العدد على الأنماط التي تشير فضول الصحافة، لكن أيضًا البنى المفهومية والعلقانية التي تمنّح الجهاز الإعلامي إطاره، مُحاولين في ذلك اتّباع التطورات الكبرى التي تركت أثراً في هذا الميدان في القرن العشرين. إنّ رهان الرأي العام يُتيح الفرصة لسياسة للاتصال^٤، بملامحها الدعائية. يطرح هذا الرهان السؤال حول الرابط بين الديمocratie 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: 1ère et 2ème parties

المصدر: 2002 et n 90-91/2003، Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique: n 89

- ترجمة: عماد أيوب. - مراجعة: جمال عمار.

٢. غويلان شيفرييه Guylain CHEVRIER: عضو هيئة التحرير في المؤتمر.

3. Communication

أنْ تُفْضِحَ الأَكاذِيبُ الْإِعْلَامِيَّةُ بِأَنَّهَا انعكاسٌ تامٌ لِلأَكاذِيبِ السِّياسِيَّةِ الَّتِي تُمْجِدُ مُشْرِوْعَيَّةَ الْحَرْبِ، تُتَرْسِخُ عَلَاقَةً جَدِيدَةً خِصْمَانِيَّةً بَيْنَ الْمُوَاطِنِ وَالْتَّلْفِيُّزِيُّونَ، وَأَيْضًا مَعَ السِّيَاسَةِ وَالْدِيمُقْرَاطِيَّةِ، عَلَاقَةً تُؤكِّدُهَا تَحْقِيقَاتٌ رَأَيَ عَدِيدَةً حَوْلَ إِزَالَةِ تَصْدِيقِ الْإِعْلَامِ الْمُتَلَفِّزِ. رَأَيْنَا، فِي هَذَا السِّيَاقِ، بِزُوْغٍ تَقَارِبٍ فِي الْإِهْتِمَامَاتِ بَيْنَ كُلِّ مَنْ الْمُؤْرِخُ، الْمُتَشَبِّثُ بِالْتَّحْقِيقِ الْأَفْضَلِ الْمُمُكِنِ فِي الْوَقَائِعِ، وَالْمُوَاطِنُ الَّذِي يُوَاجِهُ إِعْلَامًا جَرِيَّ التَّلَاعِبُ بِهِ، وَفِي قِمَاشَةِ الْخَلْفِيَّةِ الْخَطَرِ النَّاجِمِ عَنْ مُصَادِرَةِ حَرِّيَّةِ الْإِخْتِيَارِ^١ وَمُصَادِرَةِ فَكْرٍ مَا عَنِ الْحَرِّيَّةِ فِي النَّظَامِ الْدِيمُقْرَاطِيِّ.

يُضافُ إِلَى ذَلِكَ أَنَّ مَوْضِعَهُ هَذِهِ الْمِبَادِرَةِ وَتَنْوِيَّعَ الْمُشَارِكِينَ فِيهَا حَمَلَ لَنَا فَائِدَةً كَبِيرَةً، مَمَّا سَمَحَ بِالدُّفْعِ أَكْثَرَ إِلَى الْأَمَامِ لِحَدُودِهِ هَذَا التَّقْرِيبُ وَنَوَاحِيهِ. لَيْسَ شَائِعًا جَدًّا أَنْ نَجْمِعَ حَوْلَ مَوْضِعِ عَرَضَانِيِّ^٢ بِاحْتِيَانٍ مُثُلِّ جَانِ-مَارِيِّ فَنْسِنْتِ^٣، الْأَسْتَاذِ فِي جَامِعَةِ بَارِيِّسِ^٤، الْمُتَخَصِّصِ فِي التَّوَاصِلِ، وَالْمُتَخَصِّصِيْنَ مُثُلِّ مَارْسِيلِ تَرِيَّا^٥، الصَّحَافِيِّ وَالْمُخْرِجُ الَّذِي رَكَّزَتْ آخِرَ تَقَارِيرِهِ عَلَى دراسَةِ عَالَمِ الْعَمَلِ الْيَوْمِ وَصِرَاعَاتِهِ (بُثِّتَ التَّقَارِيرُ عَلَى مَحَطَّةِ فَرَانِسَا^٦ ٢)، «٣٠٠» يَوْمَ مِنَ الْغَضَبِ، عَامِ ٢٠٠٢ وَ«الْكَادِحُونَ»^٧ عَامِ ٢٠٠٣، أَوْ رَاؤُولِ سَانْغْلَاسِ^٨، الْمُخْرِجُ وَأَحَدُ مُؤَسِّسِيِّ التَّلْفِيُّزِيُّونَ الْفَرَنْسِيِّيِّ، وَأَيْضًا بِيَارِ زَرْقَا^٩، الْمُدِيرُ الْسَّابِقُ لِصَحِيفَةِ

1. Libre-arbitre

2. Transversal

3. Jean-Marie VINCENT

4. Marcel TRILLAT

5. Les prolos

6. Raoul SANGLAS

7. Pierre ZARKA

«الإنسانية»¹، ومتناضلين مثل كريستيان مارتن²، الناشط السياسي الميداني، وأمين سر فدرالية «سارت»³ التابعة للحزب الشيوعي الفرنسي، وعلماء اجتماع، ومهندس اتصالات، ومؤرخين...

لقد سمحت هذه المبادرة بالقيام بدراسة مقتضبة شاملة حقيقة العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة والمجتمع، وللمسكلات المطروحة من خلال موضوع هذا اليوم، من دون إقصاء أيٍ من المقاربات المتناقضة، كما دفعت قدمًا بعض مسارات الأوجبة في شكل بدائل. وقد جرى تلخيص المداخلات، وتم عرضها وفق ترتيب إلقائها، احترامًا للعبة ردود الفعل التي سببها.

تمثيلات عقلية وثقافية: رهان وسائل الإعلام، رهان سياسيّ:

بيار زرقا، منشط «مرصد حركات المجتمع» (OMOS)، يقدم الموضوع مُشيرًا إلى الطريقة التي قلب بها الإعلام المرئي والمسموع شروط الافتتاح على العالم الخارجي بالنسبة إلى كل شخص منا، وذلك لجهة التغيير العميق الذي أحدثه في وعينا وإدراكتنا، والطريقة التي نكتسب بها ذيولاً من المعرفة. إن وسائل الإعلام هي جزء من ذواتنا. إن «السرعة» و«المباشر» دفعا بقوّة القدرة الفردية على اكتساب المعلومة. ثمة حالة اختناق تُقاس بحسب الإحساس المُبهم غالباً الذي يتركه برنامج تلفزيوني. تنبّق الأحداث كما يخرج العفريت من صندوقه، مُخفيةً علاقات العلة بالمعلول. وبالتالي، أصبح العابر (Fugace) والصدمة معايير للجودة على حساب المُدّة الضروريّة للتدرج الذي يتضمنها كلُّ استدلال. ومن جهة أخرى، في مناخ لا يكُفُّ فيه عن محاولة البرهنة على إخفاق كلُّ إرادة للفكر

1. L'Humanité

2. Christian MARTIN

3. Fédération de Sarthe

المُتّسق والذي يسعى إلى شرح الكلّ، فإنّ هذه التجزئة مُنقلة بالنتائج: فهُم عصرنا ليس هو مجموع عمليّات الفهم لكلّ مشكل مشكل.

إنّ العزلة المُلازمة لِمشاهِد التلفزيون تضعه في وضع قريب من السلبية^١. إنّ هذه السلبية تجعله غير حصين^٢ أمام الآثرين المعلَّنِين: أمام السرعة وأمام تأويل يفرض نفسه على مشاهِد التلفزيون على أنه بداعه. يكون هناك عملية إعلام^٣ عندما يكون هناك، علاقة مشاركة مع إمكانية التفاعل، لا عندما يكون هناك بصلة (تلاصُص)^٤. عندما تتجاوز القدرات التكنولوجية كيّفيّات^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 والسياسي. إنّ الإعلام المرئي والمسموع، الذي هو نمط اتصال ما يزال جديداً تاريخياً، يطرح أسئلة تتعلق بالتصوّر وبالسلطة.Undeinde يكون مثيراً للدهشة أننا نعيش في حقبة زمنية تمتاز بإقبال كبير على وسائل الإعلام فيما غالبية الرجال والنساء فقيرون بالمعلومات. لسنا بصدّد أن نُحمل وسائل الإعلام مسؤولية كلّ آلامنا، بل أن نُحدّد أنّهم يجعلون نمط تمثيل معينٍ معياراً للنظر إلى العالم وإلى الذات. في هذا السياق، إنّ تعزيز صورة الفرد الخاصة، ومصادر نظرته الخاصة إلى العالم بما يمادين كبرى للحرّية. بذلك، فإنّ التمثيلات العقلية والثقافية هي رهان سياسيّ.

1. Passivité

2. Vulnérable

3. Information

4. Voyeurisme

5. Modalités

6. Appropriation

7. Dépossession

أيُّ بديل 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، وأنّها تُتوّج نظاماً فعليّاً بالغ التعقيد لإنتاج صور المجتمع، أيّ نوع من المُتخيل الاجتماعي^٢ . بتعيير آخر، إذا أردنا فهم وسائل الإعلام، لا يمكننا أن نستند في ذلك إلى دراستها وحسب. يتبنّى فنسنت الفكرة التي عبر عنها بيار بورديو القائلة بأنّ «الرأي العام غير موجود». تُفيد هذه الفكرة أنّ ليس هناك مجموع مُعادل من آراء الأفراد كما تَسْتَخدِمه وسائل الإعلام، من خلال إحالتها إلى الأفراد ما يُمكن أن يُتّجِه مُجتمعين بشكل تلقائيّ.

في الواقع، إنّ ما تُحيله وسائل الإعلام، برأي صاحب المداخلة، من خلال هذا المسعى، هو حقيقة أنّ وسائل الإعلام تُشكّل طرفاً مؤثّراً^٣ في بنية العلاقات الاجتماعية المُتعلّقة بالمعرفة والجهل في المجتمع. يَمضّي 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 يُسمح، من الناحية العملية، بالتعيير. لكن في الواقع الأمر، إنّ هذا الفضاء العام هو ذروة الفضاءات المُتّنوعة لِلّاتصال^٤ ، وللمؤسّسة الاقتصادية التي تتحدد بخطاب إداري^٥ في المدرسة حيث يهيمن الإيعاز بفعل الترسيخ. إذا أردنا جمّع فضاءات الاتصال في الفضاء العام، سنفهم بصورة أفضل أنّ وسائل الإعلام هي بمعظمها عنفٌ رمزيٌّ.

1. Jean-Marie VINCENT

2. Imaginaire social

3. Partie prenante

4. Non-communication

5. Managérial

إنّ وسائل الإعلام تُقدم لنا المجتمع تحت شعار الشخصيات الصنمية^١ التي تتحلّ قمة المجتمع، والتي هي متنفسة ومتكّرة إلى الحدّ الذي، كما ثُبّين مُجازفة جان-ماري مسيي^٢، يمكن أن تُنفَس (أنْ يُزال عنها الانتفاح) بسهولة فيتّم تعويضها مباشرة. إنّ مُقدّمي التلفزيون والمُمثّلين والفنانين الذين يُمتدّون باستمرار، هم جزءٌ من هذه الشخصيات الصنمية. إنّ زاوية الذروة تحلّ محلّ التحليل النقديّ الصارم. ثمة ما يُقدّم باستمرار على أنه الكمال، وثمة ما يتمّ إسكاته وحجبه. إنّ صور العالم التي تُوجّه إلينا هي صور تُضاعف الحقيقة بتجريدها من واقعيّتها. مثلًا، لا تُوجّد الهيمنة فيها، لكن هناك الذين ينجحون والذين لا ينجحون. إنّ الأحداث المطروحة تُعرض بوصفها أمورًا تابعة للأفراد، لا عبر ردها إلى مواقف وسياسات معروضة عرضاً حقيقياً.

إنّ وسائل الإعلام تُقدم لنا أيضًا التقويم كقانون، الظهور^٣ والمتألق اللذين يُفيدان في التسليع^٤. ينبغي أن نُقوّم أنفسنا لأنّنا في عالم سلعةٍ حيث يفترض أنّ ما يلمع أكثر هو الذي تُكتب له الغلبة. حسب هذا المنطق، ينبغي تقويم ذواتنا في نطاق المُنافسة، وهو أمر يستتبع الظهور، ومن أجل الظهور يجب أن تُقصيَّ [المنافسين]. بذلك يردد جان-ماري فنسنت كلام بيار زرقا الذي كان قد شدّد على أنه في الكثير من برامج الألعاب التلفزيونية، القاعدة الأساسية هي الإقصاء. إذا كان هناك، من جهة، أولئك الذين يُنظر إليهم نظرة التعظيم، فإنّ هناك الآخرين الذين قد وقع الحطّ من شأنهم. إن الثقافة التي نعيش فيها هي ثقافة إعلانية (دعائية، إشهارّية) على نطاق واسع، ثقافة النجاح والفوز، هي في جوهرها ثقافة سلعةٍ.

1. Personnalités fétichisées

2. Jean-Marie MESSIER

3. Le paraître

4. Marchandisation

ما العمل في مواجهة ذلك؟ يُجيب صاحب المداخلة: من الضروري خلق فضاءات مُستقلّة 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 أنْ نصنع شيئاً منها يؤلّف مجموعات، يكون وسيلة للتعرية وسائل الإعلام. إنّهم يُتعجبون لنا المجتمع الذي هو ليس المجتمع، ويتجرون لنا «إلغاء الاشتراكية»^١، ونحن نُتّبع المجتمع ونُتّبع إرساء الاشتراكية^٢. الحاجة إلى أنْ نحلّم: «ستار أكاديمي» (قصة العلّة)^٣، أو ثقافة؟

فيليب ستيرلين^٤، المُهندس-الباحث، يُعبر عن فكرة أنْ برنامجي «لوفت ستوري»^٥ و«ستار أكاديمي»^٦ هما الانعكاس لجانب من مجتمعنا. هو يرى فيهما تجلّي حاجة الأفراد إلى أن يحلّموا. في الآن عينه، يحتاج المجتمع اليوم، برأيه، إلى القوى الضرورية لتحويل الرغبات والأحلام. يُلاحظ ستيرلين أنَّ الرأسمالية تكشف عن قوّتها من خلال قدرتها على استعمال رغبات الأفراد والالتفاف عليها، والإغراء، وهو ما نراه يمارس بوسائل عديدة من بينها الألعاب التلفزيونية. إنَّها قوّة منظومة. يوجّه ستيرلين النقاش حول مسألة متناوبي العرض (الممثّلين المؤّقتين)^٧ مستعدياً فكرة جاك راليت^٨ الذي يرى في إلغاء وضع مُتناوبي المشهد «مسألة حضارة، كما مسألة حق المؤلّف».

1. Désocialiation
2. Socialisation
3. Loftt story
4. Philippe STIERLIN
5. Loft Story
6. Star Academy
7. Intermittents du spectacle
8. Jacques RALITE

إنَّ الوضع النوعي لِعَمَالِ الْعَرْضِ¹ يُؤثِّرُ عَلَى مَسَأَلَةِ أَنْ تَوَجَّدُ، فِي الْمُسْتَقْبَلِ، شَرْكَاتٌ تُتَجَّهُ عَرَوْضًا، وَكَذَلِكَ مُخْرِجُونَ وَمُمَثِّلُونَ يُبَرِّزُونَ... بِالْغَاءِ وَضُعِّفِ «مَتَنَاوِبِيِّ الْعَرْضِ»² نُعَرِّضُ لِلْخَطَرِ جَانِبًا مِنَ الْأَنْشَطَةِ الإِنْسَانِيَّةِ وَجَزْءًا مِنَ الرَّغْبَاتِ: رَغْبَةِ الْإِنْتَاجِ لِدِيِّ الشَّرْكَاتِ، وَرَغْبَةِ النَّاسِ فِي رَؤْيَا عَرَوْضٍ غَيْرِ خَاضِعَةٍ لِلِّضْبُوَابَطِ.

هُنَّا تُعْطِيُ الثَّقَافَةُ عَنِ الْمُسْتَقْبَلِ فَكْرَةً أُخْرَى غَيْرِ تَلْكَ الَّتِي يَقْدِمُهَا بِائِعُ الْوَهْمِ.

هَلْ لِدِينَا التَّلْفِزِيُّونَ الَّذِي نَسْتَحْقِقُ؟

بِالنِّسْبَةِ إِلَى فَنْسِنْتِ بِرُولُوا²، الأَسْتَاذُ-الْبَاحِثُ فِي جَامِعَةِ بَارِيِّسِ ١٣، إِنَّ الْفَكْرَةَ الْقَائِلَةَ بِأَنَّ لِدِينَا التَّلْفِزِيُّونَ الَّذِي نَسْتَحْقِقُ هِيَ فَكْرَةُ أَخْطَرِ بِكَثِيرٍ مَمَّا تَوَحِيُّ. بِوَجْهِهِ مَا، هَذَا يَعْنِي أَنَّنَا إِنْ كَنَّا غَيْرَ سَعْدَاءَ، فَإِنَّ مَرْجِعَ ذَلِكَ إِلَى خَطْئَنَا نَحْنُ! سَتَكُونُ الْمُشَكَّلَةُ فِي صِيَاغَةِ الْطَّلْبِ، وَالْطَّلْبِ مَفْرُوضٌ عَلَى مُشَاهِدِ التَّلْفِزِيُّونِ. إِنَّ مَا يَفْرُضُ نَفْسَهُ وَرَاءَ هَذِهِ الْفَكْرَةِ، هُوَ عَلَاقَةُ بَيْنِ الْطَّلْبِ (مُشَاهِدِيِّ التَّلْفِزِيُّونِ) وَالْعَرْضِ التَّلْفِزِيُّونِيِّ (الَّذِي تُقْدِمُهُ الْمُحَطَّاتُ التَّلْفِزِيُّونِيَّةِ)، عَلَاقَةٌ يَكُونُ لِلْطَّلْبِ، فِيهَا، الْأُولُوِيَّةُ. وَهَكُذَا فَإِنَّ صِيَاغَةَ الْعَرْضِ لَنْ تَقُومُ إِلَّا بِالْاسْتِجَابَةِ لِلْحَاجَاتِ الْمُعَبَّرَ عَنْهَا، فَلِيُسْ تَمَّةً مِنْطَقَ تَجَارِيٍّ غَيْرِ ذَلِكَ الَّذِي يُلْبِيُ مِبَاشِرَةً أَمْنِيَّاتِ مُشَاهِدِيِّ التَّلْفِزِيُّونِ وَحَاجَاتِهِمْ. إِنَّ هَذِهِ الطَّرِيقَةَ فِي التَّفْكِيرِ لَيْسَ سُوَى انْحرافِ عَمَّا تَوَصَّلَ إِلَيْهِ بِاِحْتِثُ الْمَقَارِبَةِ الْوَظِيفِيَّةِ الْأَمْرِيَكِيَّةِ فِي الْخَمْسِينَاتِ، الَّذِي يَرَوْنَ أَنَّ التَّلْفِزِيُّونَ خَاضِعُ لِرَغْبَاتِ وَحَاجَاتِ فَرْدِيَّةٍ. يُعَبِّرُ التَّلْفِزِيُّونُ عَنِ النَّمُوذِجِ مَجَمِعِ يُرِيدُ مِنْهُ (مِنَ التَّلْفِزِيُّونِ) أَنْ يَكُونَ الطَّرِيقَةُ الْفَضْلِيَّ لِلْاسْتِجَابَةِ لِأَقْصَى عَدْدِ مِنَ الرَّغْبَاتِ؛ بِذَلِكَ فَإِنَّهُ يُعَبِّرُ عَنِ النَّمُوذِجِ الَّذِي يَطْمَحُ إِلَيْهِ كُلُّ مَجَمِعٍ. لَكِنَّ مَا جَرِيَ طَمَسَهُ بِظَاهِرِ الْيَدِ، كَمَا يَشَرِّحُ الأَسْتَاذُ-الْبَاحِثُ، ضَمِّنَ هَذِهِ الرَّؤْيَا التَّفَاؤلِيَّةِ لِبَنَاءِ الْمَجَمِعِ، هِيَ كُلُّ تَارِيخِ عَمَلِيَّةِ الْبَنَاءِ هَذِهِ.

1. Le statut spécifique des travailleurs du spectacle

2. Vincent BRULOIS

إن هذه الطريقة لتقديم العلاقة بين المشاهد والبرامج التلفزيونية ومُعديّ البرامج تُسمح في واقع الأمر بتبرير نظام حالي لهذا السوق للإعلام المرئيّ والمسموع، وربما حتى بتبرير نظام معيّن للمجتمع. هذا يُسمح بتبرير عمل التلفزيون الذي يرى أنّ البرنامج الجماهيريّ¹ هي الشّكل السّلعيّ لِمُنتجات التواصل في الرأسمالية المعاصرة. لأنّه، في ما يتعلّق بالاستجابة لطلب ترتيب حاجات مشاهدي التلفزيون، فإنّ المحطّات التلفزيونية مُهتمّة بالبرامج الجماهيريّة التي تبعها لأصحاب الإعلانات، وهو أمر يتولّد عنه أنّ البرامج لا تصلح إلّا لتجنيد مشاهدين محتملين ولتركيز انتباهم بين نَفَقَيْن إعلانيَّين. الفكرة المطروحة هنا هي أنّ التلفزيون هو «مُتّجِّ بِرَامِجْ جَمَاهِيرِيَّةْ تُبَاعْ لِأَصْحَابِ الإعلانات».

كانت إيتيان موجوت² (نائبة رئيس قناة فرنسا الأولى TF1) قد أقرّت بأنّها إنْ تقترب برامج مثل (Star academy)، فذلك للاستجابة لطلبات المعلِّمين المستهدِفين للشباب: «إنّ إشكاّليتي بسيطة. يجب أن تبقى TF1 محطة قائدَة تُخاطب كُلّ المشاهدين. لكن بما أنّ لدى اهتماماً رئيسياً ذا طابع تجاريّ، ولأنّنا نعيش من الإعلان فقط، فيجب علىي أن آخذ بعين الاعتبار طلبات الذين يستثمرون في المحطة، أي المعلِّمين». تبدي هنا الفائدة الكبرى من التوقف عند الفكرة التي طرحت في بداية هذا التحليل: مرفق عامٌ حقيقٌ³ [TF1]، ترك بلا نقد، أصبح يُساعد في تأسيس نوعٍ من القدَّرِيَّةِ وفَكِّرُ أحادِيّ، يمكنهما أن يحتلّ كُلّ المجال المتروك فارغاً.

1. Audience

2. Etienne MOUGEOTTE

الديمقراطية ووسائل الإعلام: جواب محليٌّ

يُؤكّد مُخرج البرامج التلفزيونية رأول سانغلاس على أنه يجب أن نضع في الحسبان أنّ التلفزيون سوف يكون أداة الإعلام الوحيدة للعدد الأكبر. هل أنشئ التلفزيون ليغيّر، عند الاقتضاء، وعيّ المواطنين؟ من حقّنا أن نطرح هذا السؤال على أنفسنا. يُشدّد سانغلاس على فكرة أنّ التلفزيون ينبغي أن يكون أداة مُسخرةً للمواطن، بما لهذه الوسيلة من قابلية ل تكون كذلك، لكنّ ذلك يبدو فعلاً غير مُحتمل الحصول أو، على الأقلّ، بعيداً جدّاً. هو يرى في التلفزيون المحليّ، أيّ التلفزيون القريب [من المواطن]، الذي يناضل من أجله منذ عشرين سنة كما قال، يراه وسيلةً لدفع الأشياء قُدُّماً. ويشرح أنه في نطاق عملية تملك^١، على الأقلّ على مستوى المقاومة إنْ لم يتيسّر ذلك على مستوى القرية، ينبغي أن تزدهر ورشُّ للإخراج التلفزيونيّ. ويرى أنّ الموانع، التي وضعتها البلديّات أمام من يريد الانخراط في مشاريع التلفزيون المحليّ، تنبع من حقيقة أنّ كل سلطة تمقت القوّة المضادّة للسلطة^٢، بما في ذلك بعض البلديّات الشيوعيّة، بالرغم من أنها تعتبر المواطنية وتدخل الناس في شؤون المدينة من الأولويّات. تكلّم سانغلاس عن تجربة تُجرى حالياً في اللورين^٣، شارك فيها هو نفسه مع مارسال تريّا^٤، تجربة تأسيس قناة محلّية تبثّ في خمس كومونات من خلال الوصول بالكابلات.

انطلاقاً من كونه يعمل في مجال التلفزيون، أو أنه كان كذلك، يعتقد سانغلاس أنّ التلفزيون المحليّ هو الأرض الملموسة الوحيدة لِتملك المواطنين لهذه

1. Appropriation

2. Contre-pouvoir

3. Lorraine

4. Marcel TRILLAT

الأداة بأنفسهم، إضافة إلى ذلك فإن هذه التجربة هي التي يمكنها، ربما، أن تبدأ بجعل المواطنين يفكرون كم يكلفهم تكيف أوقاتهم مع برامج التلفزيون.

يُطرح سؤالٌ: كيف يمكننا استخدام وسائل الإعلام السائدة من دون الخضوع لها. هناك تجربة تُرشدنا إلى الأتجوبة المُمكّنة. إن المنطق الأدوي^١ لوسائل الإعلام الإيديولوجي يدفع إلى استعمال وسائل الإعلام كانعكاس للطريقة التي تعمل بها. إن المنطق الأدوي المُمحض أحدث دماراً: جورج مارشي^٢، بمعزل عن مسائل التوجيه، عندما استخدم وسائل الإعلام طوال أعوام، قد كان زبوناً ممتازاً. ولما لم يعد، بالنسبة إلى وسائل الإعلام السائدة، زبوناً جيداً، انبرت وسائل الإعلام ضده وضدّ الصورة التي كان الحزب الشيوعي^٣ يُريد إخراجها عنه. السؤال الأساس هو كيف نعطي قرؤئية^٤ إعلامية لحركات اجتماعية، ولفاعلين سياسيين، ولمواطنين، يظهرون أيضاً على وسائل الإعلام السائدة؟ وعلى كل حال ليس هناك أيّ بداعه مع استخدام وسائل الإعلام كما هي.

تلفزيون الإغواء وازدراء الشعب

يتحدث مارسال تريّا^٤، الصحافي وُمخرج البرامج التلفزيونية، عن دكتاتورية ماكرة، دكتاتورية التجار الذين تمثل أسلحتهم بالإغواء والفتنة. قال في نبرة تعجبّية: «وصلنا إلى حدّ أننا، أحياناً، نتحسّر على أيام الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون (ORTF)!». «نجد من جهة ما كان يُسمى البرامج التي كانت تمثل، بالرغم من كلّ عيوبها، ما كنتُ أدعوه داراً كبيرة للثقافة». ذكرنا تريّا 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 مُخرجي البرامج التلفزيونية في ذلك الوقت مثل راؤول سانغلاس، جان برا^٣، مارسيل بلُوال^٤، ستيليو لورنزي^٥، وجان كريستوف أفيرتي^٦... كان هناك أيضاً الموظفون الكبار في الدولة، الذين كانوا مؤيدِين لـ «ديغول» في الغالب، لكنَّهم كانوا يملكون فكرة سامية حول ضرورة أن يُمنَح الشعب فرصة التثقُّف. لقد كانوا يشاركون هذه الفكرة مع عدد من مُخرجي البرامج التلفزيونية، من اليسار في الغالب. يُشير تريّا إلى أنّنا ربما ألفينا هنا تحالفات قديمة تعود إلى حقبة المقاومة الفرنسية. فقد كان هناك قطاع الإعلام التلفزيوني، وصحافيُّو نشرة الأخبار المُتلفزة^٧، الذين كانُوْسُميُّوْنَ دوغروب^٨ «الصدرِيات المُشطبة»^٩ مُشيراً إلى نسطور^{١٠} خادِم تان تان^{١١}. ولا ينسحب ذلك، بلا ريب، على بعض الشخصيات البارزة مثل فريديريك بوتشي^{١٢} وغيره... لقد كان هناك لجنة رقابة. وكان رؤساء التحرير في المصالح العامة والتلفزيون والراديو يذهبون لتلقّي

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، كلّ صباح، في أحد مكاتب قسم الربط الإعلاميّ بين الوزارات^١، الذي كان قد أُنشئ بالقرب من مكتب وزير الإعلام آلان بيريفيت^٢. كان ممثّلو الوزارات يأتون ليشرعوا بهدوء لمُدراء 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 أدقّ بكثير؛ يتّم الآن اللجوء كثيراً إلى الرقابة الذاتيّة، وما يؤثّر أكثر هو التواطؤ بين مسؤولي وسائل الإعلام والمسؤولين السياسيّين؛ لذلك نجد عدداً من مسؤولي وسائل الإعلام يُغيّرون ستراتهم باستخفاف؛ لقد عرفناهم شيوعيّين أو يساريّين، وأصبحوا مؤيّدين متعصّبين للرئيس ميتران ثم رأيناهم في صفّ بالأدوار... لقد وصل بنا الأمر إلى سيادة الإغواء^٣. إنّ العلاقة بين مُقدّمي البرامج التلفزيونيّة والجمهور قد تغيّرت كليّاً. فالمُقدّمون مثلًا أصبحوا نجوماً فجأةً؛ ولم يعودوا صحافيّين يُخاطبون المواطنين، إنّها علاقة لاعقلانيّة ولا واعية نشأت بين هؤلاء النجوم المُزيّفين، الذين يجنحون بعهلياتهم الشاحبة إلى محاكاة نجوم السينما، وبين مشاهدي التلفزيون. في الوقت عينه، قمنا بالتخلي عن معايير الكيسيّة لصالح معايير النجاح المُباشر، أي مؤثّر عدد المشاهدين^٤.

ثم يعتقد التوجيه الذي فرّضه مسؤولو القنوات والبرامج التي تذهب بالأساس في اتجاه ما يطلبه الجمهور، مما أدى إلى ظهور «ستار أكاديمي»^٥ و«لوفت

1. SLII: Service de Liaison Interministériel pour linformation

2. Alain PEYREFITE

3. Règne de la séduction

4. Audimat

5. Star Academy

ستوري»^١ ... يتعلّق الموضوع بإغراء^٢ مشاهدي التلفزيون الذين أصبحوا زبائن ولم يعودوا مواطنين، بإغرائهم وسُوقهم^٣، كقطع الإوز، إلى الفاصل الإعلاني^٤ القادم.

لقد مثلّت الشخصية^٥ برأيه كارثة حقيقة، لقد كانت هدية القناة الفرنسية الرائدة [يقصد بالهدية خصخصة القناة] من دون تعويض على صعيد تقوية الإمكانيّات في القنوات العامة الأخرى. في الوقت الذي يدخل فيه القطاع الخاص السوق [سوق التلفزيون]، في بريطانيا مثلاً، يُعمل على تقوية الخدمة العامة؛ إنّ تمويل هيئة الإذاعة البريطانيّة (BBC) أكبر من تمويل التلفزيون العام في فرنسا، بمرتين أو ثلاث مرات. حتى لو أنّ التلفزيون العام جنّبنا الانحرافات من نوع البرامج التلفزيونية الهاابطة (النفایات التلفزيونية)^٦، فإنّ المشكلة تكمن في أنّ التلفزيون يعمل وفق نمط الشركة، مع وجود مدراء يُشرفون على القنوات يشبهون مُدراء القطاع الخاص، وهم غالباً من خريجي المدرسة الوطنية للإدارة (ENA). غالباً ما يشير السجل المهني لهؤلاء إلى انتقالهم من القطاع العام إلى القطاع الخاص وبالعكس، من خلال الحذاء والملابس أو شيء آخر... يستعملون الضرورة ذاتها لاستمالة الجمهور وفق متطلبات مؤشر عدد المشاهدين^٧. يُحدّثوننا عن السياسة الإداريّة، أكثر من حديثهم عن النوعيّة. لا يعيرون اهتماماً لِمن يسمّونهم «متّجاتهم». [...] 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 حَدَثَ في ١١ أيلول [٢٠٠١] من قبل أحد معاونيه، قال مُتعجّباً: «هذا مُذهل! سوف نُعدّ نشرة أخبار جهنمية! هذا مُدْهش!...» وبعد ساعات نَبَهَهُ أحد الصحافيين قائلاً: «أرأيْتَ نفسك كيف تفاعلتَ منذ قليل؟» وجد صعوبة كبيرة في تبرير موقفه: «حسناً، نعم.. نحن، الصحافيين، نُشَبِّهُ قليلاً الأطباء، أنت تعلم أنّنا اعتدنا المأساة، إلخ». لقد اعتادوا، كما يشرح مارسال تريّا، على التخيّط في الدّم، مُجازفين بأنّهم لم يعودوا يمارسون الصحافة، بل صناعة الفرجة، وبأنّهم قد نسوا الأخلاق.

محطّات تلفزيونية، رقمية، محلية: تلفزيون جديد؟

فرانسيس جاندرون^٢، مسؤول أنشطة التطوير في مجال الوسائل المتعدّدة^٣، يُركّز كلامه على مشكلة تقوية العلاقة بين «المُتلقّي» و«المُرسِل»، والفرصة التي يُقدّمها برأيه سوق المحطّات التلفزيونية الخاصة، في ما يتّصل بالتجارب والإمكانات الجديدة. إنّ الاتصال المذكور بين المصطلحين قد أُعِدَّ مُسبّقاً، لكن عندما يتمّ إعداد الصور، فإنّها تكون جاهزة وتُبْثَث من دون أن يكون هناك مجال لتفاعل قويّ: إنّ بناء المُتخيّل الذي ذُكر في النقاش لا يمكن أن يحدث في الزمن الحقيقي (مُتَرَامِنَا)، ولا يمكن أن يحدث في التفاعل مع من تمّ تصويره، أيْ مع من له الإمكانية، بوصفه كائناً اجتماعياً، أن يتّفاعل مع شاشة التلفزيون. هو يرى في قرار خصخصة محطة القناة الأولى للتلفزيون الفرنسي (TF1) إمكانية نشأة تلفزيون جديد، تلفزيون سيتوقف عن كونه تلفزيون الدولة الذي لم يَعُدْ يؤثّر، بالمعنى الفعال للمصطلح، في نطاق علاقته بالفرد. إنّ خصخصة محطة (TF1)

1. David PUJADAS

2. Francis JANDRON

3. Multimédias

كان برأيه محتوماً لأنها كانت قد أصبحت عاجزة على مواصلة العمل، كمحطة تابعة للدولة، في المنافسة العالمية في ميدان التمثيل¹. كما صرّح بأنّه يرى أنّه من الضروري الوصول إلى تسوية داخل البنية الفوقيّة بين التجّار والدولة والبيئات المهنيّة للإعلام المرئيّ والمسّموع.

ثمة إمكانات جديدة سوف يقدّمها النظام الرقمي². يطلق المجلس الأعلى للإعلام المرئيّ والمسّموع (CSA: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) هذه السنة دعوة للترشح لتأسيس محطّات تلفزيونية رقميّة أرضيّة. وفق المبدأ، يوجد ٣٣١ محطة رقميّة أرضيّة من المُحتمل أن يتم إطلاقها ابتداءً من سنة ٢٠٠٤. في دعوته تلك، يُخاطب المجلس الذين وافقوا على الاضطلاع بمسؤوليّات داخل المجال السياسي المحليّ، وذلك لمساءّلتهم حول التزاماتهم المستقبليّة في هذه المسار، من خلال سؤالهم عما إذا كانوا سينخرطون في عالم يُهيمن عليه التجّار، بما يعنيه ذلك من تحمّل لمسؤوليّة المشاركة، بوجهٍ ما، في بناء المُتخيل؟ عندما يكون البناء مهيّئاً عليه من قبل الاقتصاد، فإنّ الأشياء تبلغ بوجهٍ ما حدودها. لكن جاندون يرى، في هذا القطاع حيث يُزدَّرِي «الجانب» (niche) الاقتصادي من قبل كبار الفاعلين، وكبار الرأسماليّين، يرى إمكانية لبلورة عناصر لتجديـد نظرية التواصل، أي لتجديـد علاقة المشاهد مع تمثيله (sa representation). بذلك، في ما يمكن أن يتحرّك في التزعة المحليّة (localisme) على هذا الصعيد، ألا توجد ورشة جديدة واردةاليوم؟

1. Représentation

2. Le numérique

كتابات التاريخ والقدرة الكلية لوسائل الإعلام

أما أنا، غيلان شوفريسيي¹، فإني أقدم لمُداخلتي بهذا التنبية، بأنّ «دفاتر التاريخ» (Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique) كانت قد حصلت على عدّة ملفّات للعلاقة بين «السلطات والإعلام ووسائل الإعلام»، خاصة عدد أيلول ٢٠٠٠ الذي جاء تحت عنوان «الديمقراطية والسلطات والدعاية في فرنسا في القرن العشرين».

إنّ هذا الانزلاق يُشكّل مُنعطّفًا في تاريخ الأفكار في فرنسا. فبتحريف مفهوم «الفرد» بهذه الطريقة لَغَمنا العمل الجماعيّ. إنّ هذا التغيير رافق تراجعاً للقوى السياسية المنظمة التي تُدافع عن فكرة الفتوحات الجماعية لحرّيات جديدة،

والتي هي قوى مضادة للسلطة^١، بالرغم من أنها ذات أهمية أساسية للديمقراطية. يبدو أن هذه القوى لم تُركّز كل اهتمامها على هذا التطور الذي أثر في مجتمعنا تأثيراً عميقاً، والذي يواصل التأثير على تطور السلوكيات السياسية وعلى التواصل الاجتماعي. إن هذا التطور على صلة مباشرة بالطريقة التي تُخاطب بها وسائل الإعلام الناس، ويتحدد بها شكل الرسالة الإعلامية ومضمونها.

يبدو أن الرأسمالية قد دربت، على الأقل مؤقتاً، معركة مهمة هنا. إن وسائل الإعلام تعكس ذلك كفايةً من خلال المعالجة التلفزيونية للمواضيع الكبرى في المجتمع، حيث يحتلُّ بعد الفرد وطرق تلبية رغباته المقام الأول. إن منطق التفريد^٢ هذا لا يزال يُدرك بالحواسّ عبر الجيل الجديد من برامج التسلية التلفزيونية مثل «نایس بیبل» (الشعب اللطيف)^٣ و«بوب ستارز»^٤ (نجوم البو布)... يكفي النظر بنظارات مناسبة إلى الطريقة التي تراجع بها المراجع الجماعية^٥ لاكتشاف الأضرار المُتولدة مثلاً من تلك الطريقة التي أدّت إلى إرجاع مفهوم «العلاقات الاجتماعية»^٦ إلى ما وراء مفهوم «التضامن»^٧، والتي لا ترتبطها سوى صلة ضعيفة بالصراع الاقتصادي والسياسي ضد حالات اللامساواة^٨، بل على العكس من ذلك، هي تَسْعى إلى تقوية حالات الالتوازن^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 المُتضمن في الدخل الأدنى للإدماج (RMI: Revenu Minimum d'Insertion) الذي يُقوّي حالات الالاتوازن، ثمة عالمٌ، هوّة من القيم. إنّ وسائل الإعلام، بهذا المعنى، ليست مسؤولة عن تعطيل القوى التقدّمية وقدرتها على المشاركة في المستوى المُراد لصراع الأفكار الذي يتحمّل في كيفية الأعمال ومعناها.

وراء مفهومي «الفرد» و«الحرّية»، ثمة 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 «الجمهوريّة»، أو حتى «الشعب»، قد أهملت، في حين أنّها تمثّل الأطر الكبرى التي تحدّد مفهوم الجماعة، والتي تستحضر وجهة نظر المصالح المشتركة للأغلبية، التي تقف تحديداً إلى جانب ما يوضع جماعيًّا ويتعارض مع الفردانية.

إذا ما أمكن لوسائل الإعلام الكبيرة أن تُمنّح سلطةً ما، فإن ذلك سيكون بفعل تأثير الجمهور، وكذلك تأثير نشر أفكارها [وسائل الإعلام]. لكن سيكون من الخطأ تحميلها مسؤولية سياسية أكثر مما هي إعلامية. لقد كان مثل حرب الخليج ذا دلالة كبيرة في ما يتعلّق بسلطة وسائل الإعلام، بالأخصّ التلفزيونية، والطريقة التي هي قادرة من خلالها على إحياء المعلومة بحسب مخطّط مجرّب وفعّال في خدمة مصالح سياسية يُمكن ملاحظتها. شكّلت هذه الحرب فرصة

1. Bonne conscience

2. Sécurité sociale

3. Références

لنرى بوضوح دخول مُخطّط دعاية حقيقيٍّ حيز التنفيذ، وهو استراتيجية مُعدّة سلفاً بمشاركة بعض شركات الاتصالات التي ابتكرت الشعارات الكبيرة للمُعجم النّظوف للحرب¹.

شكّل التحالفُ بين الحرب والتلفزيون عنصراً حاسماً لفرض اختيار الأسلحة وإقناع الرأي العام بثمنها. من جهة وسائل الإعلام التلفزيونية التي تغلبت، على نطاق واسع، على الصحافة المكتوبة، كان يوجد تورّط كبير في هذه النزعة إلى إنتاج أطّر عقلية لتألّق الأحداث، مهياًة سلفاً لتقبّل قراءة معينة للتاريخ الذي يُصنّع، وللذاكرة التي يمكن أن تُتّج عنه. وهكذا فإنّ وسائل الإعلام تصنع التمثيلات² مُباشرة، لأنّ هذه التمثيلات هي التي تقف وراء أفعالنا، وتحكم فيها: نتصّرف كما نُفّكر. لنا أن نتخيل إذاً الأهميّة التي يمكن أن تُعطى للقدرة على ممارسة تأثير على ما نُفّكر فيه من قبل أولئك الذين يعملون على تطوير موافقة المواطنين لأهداف سياسية لا يستفيدون منها بالضرورة.

لقد كانت حرب الخليج محطة زمنية لا تُنسى من وجهة النظر تلك، بل حتّى أنها تمثّل منعطفاً في تاريخ وسائل الإعلام، عبر زواج استراتيجيٍّ بين الحرب والتلفزيون. لقد كان هذا المعنطف من جنس معنطف آخر أعمّ مثلته هذه الحرب لتاريخ العالم المُعاصر.

قام بروز مفهوم «الاتصال»³ بدور مركزيٍّ في تطوير وضع الإعلام، وصولاً إلى هذا الاستعمال للمفهوم خلال حرب الخليج. لم يخرج مفهوم «الاتصال» من أيّ جهة، هو قد تأكّد لصالح طلاقٍ بين الديمocratie والدعاية، طلاق له تاريخ. حتّى

1. Vocabulaire propre de la guerre

2. Representations

3. Communication

لحظة اندلاع الحرب العالمية الثانية، كانت هناك عدّة مُحاولات لإنشاء وزارة للدعاية في فرنسا، كأداة رسمية للدفاع عن الدولة الجمهورية، وأخفقت كلّها. إنّ استعمال الدعاية من قبل نظام فيشي أثبتَ، بعد هذه الإخفاقات، صورة سلبية جدًّا لهذا المفهوم، أُسْتُخدِمت، بعد الحرب العالمية الثانية، في تبرير طلاق ملائِم بين الديمocrاطيّة والدعاية، مع استمرار استعمال الدعاية بشكل مُبَطَّن. وهكذا جرى الربط بين الدعاية والنظام الشموليّ، وعلى رأسه الشيوعيّة، بينما جرى قرن حريّة التفكير بالديمocrاطيّة، والديمocrاطيّة بالرأسماليّة. إنّ مفهوم «الاتصال» خلَفَ مفهوم «الدعاية»، وبذلك تمّ بناء أسطورة إعلام من دون رأي قبلّي، مع تفادي النقاش الضروريّ حول الإعلام وإرجاع مفهوم «الصراع الأيديولوجي» إلى الكلمات المهجورة الأقلّ قيمة.

لقد جرى إظهار الاتصال بوصفه الصنيع المحضر للتقديم التقنيّ، عربةً مُحايدة للإعلام ليس لها جهة اصطدام، ونوعاً ما، أنبوباً يستخدمه الصحافيُّ لبثّ معلومة، والذي يكون هو الضمانة لحياده، بعد أن ظهرت التقنية مُستقلّة عن الخيارات السياسيّة. يتلقّى الصحافيُّ معلومة من أنبوب وينقلها إلى أنبوب آخر، ما لا يعود ذلك يستتبع أيّ مفهوم للمسؤوليّة الصحافيّة إزاء المعلومة التي يُذيعها، إذ لا مسؤوليّة غير ما يتعلّق بالتحقق من صفة مصدر المعلومة. أخيراً، بما أنّ معالجة المعلومة هي انعكاسٌ لإطارٍ أوسع هو إطار نظام يتحكّم على نطاق واسع في المراجع الجماعية الكبرى، فالمعلومات المرتبة بواسطة واقع الحال هذا والمُذاعة على المواطنين من طريق الاتصال تُتلقّى كحقائق مُسلّم بها أو كحقائق فطريّة. يمكن عندئذ للصحافيُّ أن يلوذ بالضمير المرتاح¹ للتلفزيون الذي يتطابق مع كونه انعكاساً لتلك المراجع الكبرى السائدة، كي يُراقب نفسه أو

1. Bonne conscience

يُطبق الرقابة. مع حرب الخليج، بلغنا تحت هذه المنظومة الاستدلالية الخاصة «بالاتصال»^١ قمماً في التلاعب والكذب. نُذكِّر بأنّ مارسال تريّا قد كان واحداً من الصحافيّين النادرين الذين اجترأوا على فضح هذا الأمر، لما كان على أرض الأحداث مراسلاً لقناة فرنسا الثانية^٢.

يبدو لي أنّه أمر عاجل أنْ نواجه مفهوم «الاتصال»، سواء في الفضاء العام أو في المؤسّسة، بالتحقّق الضروريّ من الآراء القبليّة التي يخفّيها، وذلك لكي نؤسّس نقاشاً فكريّاً ونبعث الحياة في ديمقراطيّتنا. إنّ رفع الغموض الذي يُغذّيه هذا المفهوم، لا يعني أنْ يُترك لوسائل الإعلام القدرة الكلّية للأفكار عبر مهمة أسطوريّة للإعلام. من الواجب الاعتراف بأنّ معظم الأحزاب السياسيّة والنقابات قد قبلت مفهوم «الاتصال» الذي ينفل من الإعلان والتسويق إلى السياسة، من دون الاحتراس من خلال تحليل معمق. ينبغي في هذا الشأن عدم قبول أيّ شيء كيّفما كان، ينبغي أن نعرف كيف نُحلّل من أين يأتي أيّ مفهوم وإلى أين يقود، خشية أن نقبل، دون وعي منّا، أفكاراً ومفاهيم قد جرى ابتكارها للدفاع عن نظام يفترض أنّنا نحاربه، مع كلّ النتائج التي يمكن أن تنجم عن ذلك.

أخيراً، إنّ انبات معلومة من نوع جديد ترتفع إلى منزلة تاريخ معيش في الزمن الحقيقّيّ [البّث المباشر]، بتعزيز من الوسائل التكنولوجية الحالية لـ«الاتصال»، لا يمكنه ترك المؤرّخ غير مكتّب، نظراً للتأثير المباشر لهذا الأمر على شروط بناء الذاكرة الجماعيّة. ثمة ثقافة وهم بأكملها تستهدف المواطن؛ إنّه وهم مُضلّل يصوّر لنا أنّنا نعيش التاريخ في لحظة حدوثه، وهم يُبرّر هذا التاريخ للمواطن بقدر ما أنّ هذا التاريخ يُفلّت منه، لكن، وفي الوقت نفسه، يصوّر هذا التاريخ على أنّه

1. Argumentaire de la communication

2. France 2

في المتناول بلا فاصلٍ زمنيٍّ بشكل ديمقراطيٍّ ويوصفُ، زوراً، بأنه عامٌ. إذاعةُ أخبار فرنسا (فرنسا إنفو)^١ هي مثالٌ جيدٌ على ذلك. تُقدم هذه المحطة نفسها، طوال اليوم، على أنها تضع في متناولنا معلومات عن العالم مُباشرةً وبشكل متواصلٍ. ومرةً أخرى، إنَّ ما يمنحك رؤية ثاقبة عن حدث ما ليس هو الرؤية البانورامية، بشكلٍ خاطئٍ، أو المُباشرة للمعلومة الإعلامية، بل هو المفهوم الذي يُفيد في النظر إلى الحدث، وتحديده، وتحليله، وتمثيله، مقرروناً بالتحقق من صفة مصدر المعلومة. لا يوجد ديمقراطية من دون قوى مضادة للسلطة^٢، ولا وسائل إعلام ديمقراطية من دون أن تفرض هذه القوى المضادة للسلطة موقعها على بعض الأفكار للتصدي للخطر المُحدي بحرّياتنا في جميع المجالات، نتيجةً هيمنة طريقة واحدة للتفكير.

الرأسمالية والاقتصاد الرمزي للتلفزيون

المهندس بيير موسو^٣، المُهتم منذ أمد بعيد برهانات الاتصال، يسأل الحاضرين: إذا كانت وسائل الإعلام تبني تمثيلاتٍ اجتماعية، فما هي تمثيلاتنا حول وسائل الإعلام؟ هو يريد، منذ البداية، التشديد على العلاقة القائمة بين التمثيلات الاجتماعية، والمتخيل الجماعي، وممارسات وسائل الإعلام واستخداماتها. هو يقترح عدم تناول «وسائل إعلام» بشكل عام، وإنما وفق خصوصياتها. يُميّز بين ثلاثة أنواع من وسائل الإعلام: الصحافة المكتوبة، الإعلام المرئي والمسموع، أي الراديو والتلفزيون وألعاب الفيديو وحتى السينما،

1. France Info

2. Contre-pouvoirs

3. Pierre MUSSO

4. Représentations

وأخيراً وسائل الاتصال عن بعد¹، أي المعلوماتية والإنتernet. استرعى موسو الانتباه إلى مسألة أن النقاش متمحور أساساً حول التلفزيون، وهو أمر ممكّن فهمه لأن الإعلام الجماهيري هو الذي يبني «العلاقات الاجتماعية». إن التلفزيون هو في قلب الممارسات والتمثيلات الاجتماعية؛ إنه مفتاح عقد القبة² للمتخيل وللأساطير وللذاكرة الجماعية المعاصرة، أي لما يسميه بعض علماء الاجتماع المتخصصين في وسائل الإعلام (إليهو كاتز³ ودانيل ديان⁴) «الحفلات التلفزيونية» المعاصرة أو «العروض التلفزيونية» اليومية. يُساهم التلفزيون في إنتاج كل أنواع الأجهزة الرمزية، بما في ذلك السياسية. كما بين النقاش، لا نستطيع الحديث عن التلفزيون بدون شغف: التلفزيون هو، دائمًا، «رائع» أو «مُرعب». إنه يخضع، من الوهلة الأولى، لحكم معياري، ظني. ذلك لأن وسائل الإعلام، وبصورة أعم التقنية، تستحوذ على الرمز بأكمله في مجتمعاتنا.

الإله الجديد هو التلفزيون أو الإنترت، أو التكنولوجيا الجديدة. ينبغي هنا أن نُوسع التساؤل عن موقع التقنية في الأجهزة الرمزية، لا في التمثيلات والخطابات فقط. رغم خطابات الإنكار والرفض والحكم «المُثُقَف»، فإن التلفزيون، قبل كل شيء، أداة لدخول السرور وإيقاظ العقول وللتربية الشعبية. لذلك يجب مُسألة 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 فتئ يزداد الإقبال على مشاهدة التلفزيون: هناك التلفزيون «الجيد» والتلفزيون «السيء»؛ 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؛ لأنّه مُرتبط بالسلطة - السلطة السياسية والاقتصادية - وفي الوقت ذاته السباق الحقيقّي نحو الشاشات والأماكن البرّاقة الذي يحرّكهم ليكونوا مرأيين / مقرؤين / مسموعين. لقد أصبح أمراً ملحاً التفكير على نحو مختلف بـ«التلفزيون» ووسائل الإعلام بصورة عامة. لا بدّ من حدوث قطيعة نظرية ونقدية، قطيعة «ابستمولوجية» بالمعنى الباشلاري، قطيعة يجب أن تأخذ في الاعتبار التأثير النظري المُرتب بالجهل بالأبحاث المتعلقة بالاتصال، التي تحقّقت منذ خمسين عاماً. يقدّم 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 تقدّس التقنية¹ نفسها، وهي التي يُسمّيها جورج بالاندي² «المسيحية التقنية» أو «المُتحيّل التقني»³. من المعلوم أنّ من الأجهزة التقنية الأساسية هو التلفزيون، لأنّه الممارسة الاجتماعية الأولى، وكذلك الانترنت مع كل الصور والخطابات المقرونة بها.

1. Dogme technolâtre

2. Georges BALANDIER

3. Techno-imaginaire

إنّ وسائل الإعلام هي، قبل كلّ شيء، «أجهزة تقنية وصناعية» تحمل المُتخيل وتبثّلوره وتصنعه: وهكذا، فإنّ خصوصية التلفزيون تكمن في صناعة عمليات الإخراج للرسائل أو للعلاقات الاجتماعية. إذا لم ننطلق من هذه الفرضية فإنّنا نعود مباشرةً إلى المناقشات حول «آثار» التلفزيون و«تأثيره» (من يُراقب، من يُدير، ما هي «المؤامرة» الإعلامية، إلخ...) ونغوص بسرعة في «الدرجة صفر» من الفكر المتعلق بالتلفزيون، الفكر الذي يختصر في أطروحة التأثير المباشر والآلي للتلفزيون على المجتمع والأفراد (مثلاً التلفزيون يُسبّب العنف). لنبدأ على الأقلّ بأنّ نعكس المسألة المسماة بـ«مسألة آثار» التلفزيون ولنهمّ أيضًا بالمتلقّين، 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 اقتصاديّ، هو اقتصاد ضعيف، كما هو الشأن بالنسبة لكلّ إعلام مرئيّ وسمسيّ^٢: في فرنسا، تمثّل إيرادات المحطّات التلفزيونية (إذا جمعنا أرقام المبيعات) ما يقارب ٥٠ مليار فرنك فرنسيّ، أي أقلّ من ٥٪ من إجماليّ الناتج الداخليّ. يمكن أن يُقال عن التلفزيون إنه قزم اقتصاديّ وعملاق رمزيّ وثقافيّ. إنّ المجموعات الكبيرة آخذة بالتنوع في وسائل الإعلام مثل «بوجوينغ»^٣ التي تنتهي إلى قطاع البناء والأشغال العامة (BTP)، الشركة العامة والشركة الليونية

1. Industrie de l'imaginaire

2. Audiovisual

3. Bouygues

للمياه اللتين أصبحتا على التوالي «فيندي»^١ و«السويس»^٢، أو لاغاردير^٣ التي تدير دار «هاشات»^٤، النشر والتوزيع في المكتبات.

إنّ هذه المجموعات الكبيرة انتقلت من الرأسمالية الفوردية التي ترکّز على الإنتاج الصناعي والمُعتمدة على الدولة، إلى رأسمالية «ما بعد فوردية» ترکّز على الخدمات وعلى المنطق المالي. علاوة على البحث في معدّلات الربح الأكثـر ارتفاعاً، تهتمّ هذه المجموعات ببناء المُتخيل الاجتماعي والفردي: ليس علينا سوى إدراك كيف تعمل مجموعات مثل زارا^٥ و«بينيتون»^٦ و«برلسكوني»^٧ منذ السبعينات. يهدف منطقهم إلى بناء طلب المستهلك، وبالتالي العمل على مُتخيله وتمثيلاته. نحن لم نُعُدْ بعد في نطاق الرأسمالية الفوردية حيث إرشاد الصناعة يتم «قبل عملية الإنتاج»^٨، فالمنطق ما بعد الفوردي لإنتاج الخدمات يعمل بعد عملية الإنتاج^٩، أي بالتأثير على المستهلك، من خلال الإسهام في البناء الجماعي^{١٠} لرغباته ولآماله وبالتالي البناء الجماعي «لطلبه». هذا ما تفعله «زارا» و«بينيتون» مثلاً في مسألة الشباب: فهم يرون من خلال أنظمة إعلام مُعقّدة للمُشترىات والأذواق والسلوكيات لدى المستهلكين في متاجرهم ثم 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. إنّ صاحب مصنع حواسيب (DELL)، يُضمّم لك حاسوبك وفقاً لرغباتك، ويببدأ بعدها بالتصنيع (وبالتالي: المخزون صفر). إنّ هذه السيرورة ليست من مختصّات الاتصال، إنما تُشكّل ميزة للمرحلة الحاليّة لتطور الرأسمالية. لكيّ نفهم موقع التلفزيون في المجتمع، يجب أنّ نتموضع في هذه المرحلة بالذات من تطور الرأسمالية. انطلاقاً من اللحظة التي يتمّ فيها توجيه التصنيع بالطريقة البَعْدِيَّة^١، أي انطلاقاً من رغبة المستهلك، يصبح من المناسب البناء والبناء الجماعيّ لمُتخيلٍ لهذا المستخدم، من أجل تنظيم رغبته. لهذا السبب تحتاج الرأسمالية المعاصرة إلى صناعات المُتخيل وأن تعمل على التمثيلات الاجتماعيّة وعلى المُتخيل. إنّ الرأسمالية بحاجة إلى مسرحتها^٢ الخاصة، وإلى عرضها^٣، كما سبق أنْ حلّل بعمقٍ غي ديبور^٤.

إذا كانت مؤسّسات الاتصال قد أصبحت مركزيّة، فإنّ ذلك، بكلّ بساطة، لم يتحقّق بفضل قوّتها الاقتصاديّة، بل لأنّها تقع في قلب التطور الحاليّ للرأسمالية. إنّ مؤسّسات الاتصال، مثل فيفendi يونيفرسال، وشركات هوليود، إلخ.، إنّ هذه المجموعات الصناعية الخاصة بالإعلام المرئيّ والمسموع أو بالوسائل المُتعدّدة قد استولت على القدرة على المشاركة في إعداد صور ومتّخيلات جماعيّة، أي القدرة على استرقاء^٥ الحقل الثقافيّ. يمكن أن يصل هذا الأمر إلى حدّ إنتاج أفخاخ ونبءات ذاتيّة التحقّق: وعلى هذه الشاكلة الإعلانات حول «الثورات التكنولوجية» الموجّدة لحاجات جديدة ولمجتمع (يُسمّى 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 فخّاً جماعيّاً كبيراً تمّ اختراعه في أوروبا من قِبَل مُصنّعي الهواتف: هذا الأمر أفضى إلى استئمار ألفي مiliار فرنك [فرنسيّ] في أوروبا، ثمّ حدثت الكارثة الماليّة الكبرى (لأنّ «الفقّاعة» الخياليّة والماليّة قد انفجرت).

إنّ عمل المصانع هذا في موضوع المُتخيل يمكن أن يُدفع به إلى الدرجة القصوى إلى حدّ الاستيلاء على السلطة السياسيّة. إنّ «الهوليوديّن» قد اكتسبوا القدرة على بناء مُتخيلات، هم قادرون على الوصول إلى حدّ استراق المجال السياسي، وبرلسكوني خير مثال على ذلك. فهو قد استولى على السلطة في إيطاليا ليس بسبب أنّه يملك ثلاث محطّات تلفزيونية فقط، بل لأنّه قد امتلك القدرة على استراق المُتخيل الجماعيّ، وبالتالي استراق المجال السياسي من خلال عمليات العرض التلفزيونية. لذا، يجب علينا عدم الاقتصار على إنشاء رابط آلي بين السلطة ووسائل الإعلام، من نوع: المُرسّل^١ يُسيطر أو يؤثّر، بل «يُدير» مُتلقّين^٢ يفترض أنّهم سليّون.^٣.

هذه الخطاطة التبسيطية ينبغي التخلّص منها عاجلاً. إذا لم نقم 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 «الميديا لو جيا»، لكنّ ذلك لا يكفي لتوفير شبكات نظرية مناسبة لفهم موقع وسائل الإعلام في الرأسماليّة المعاصرة. ينبغي بناء مفاهيم وأدوات نظرية جديدة للتفكير في «الاقتصاد الرمزي» المُعَقّد للتلفزيون.

1. émetteur

2. Récepteurs

3. Passifs

4. Marxoïdes

5. McLuhan

الملحظة الثالثة والأخيرة حول التلفزيون. إنني أتفق مع مارسال تريّا حول ما قاله بشأن تلفزيون زمن الديوان الفرنسي للإذاعة والتلفزيون (ORTF)، أعني ما يُسمّيه أمبرتو إيكو «التلفزيون القديم» أو «باليوتلفزيون»^١. لأنّه يجب علينا أيضًا أن ندركَ أنَّ التلفزيون مَرِبِّأشكالٍ مُختلفة جدًا. هناك على الأقل ثلاثة أنواع من التلفزيون في فرنسا (وفي عدّة 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 تريّا، بين البرامج، التي يحظى المُخرجون فيها بها من كثيرون من الحرّية، وبين الأخبار، التي تَتحَكّم بها السلطة السياسية بصرامة. لكنه كان تلفزيونًا يقوم على المُرسِل والرسالة («التلفزيون القديم / الباليوتلفزيون»، وفق تعبير إيكو). إن المُرسِل كُلّيُّ القدرة (مثال: تلفزيون الجنرال حيث كانت صورة فوتوغرافية لوجه الجنرال، مأخوذة عن قرب، تتحلّ كاملاً الشاشة)، لكنه أيضًا تلفزيونٌ «نافذة»^٢ يُتيح للعدد الأكبر اكتشاف العالم والأدب والمسرح والسيرك، إلخ...

في هذا التلفزيون النافذة^٣، يكون عقد المشاهدة الذي يتمّ إبرامه ضمنًا 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 مُرّق مع ظهور «التلفزيون الجديد» وذلك طوال السنوات ٨٠-٧٠ 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

وازدياد عدد المحطّات (المحطة ٥، المحطة TV6 التي أصبحت M6، إلخ). عقد المشاهدة المُبُرم مع مشاهد التلفزيون أصبح، مع هذا التلفزيون الجديد، قبل كل شيء عقداً قائماً على المشهد وال العلاقة.

لم تُعد «صيحة» الرسالة هي التي تهمّ، 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 المُنشّط والمُشاهد التي تمّ دمجها في عملية العرض^٣ والجمهور الوهمي الذي يُصْفّق ويبتسم عندما يُطلب منه ذلك. هناك، يحدث انشطار المشاهد، الذي أمام الشاشة والذي «خلفها»، وتنشأ علاقة تعاطف انسعالية، بين التلفزيون والجمهور. إنّه، كما قال دومينيك مال^٤، «تلفزيون علائقى»، إنّه تلفزيون المُتلقّى الحاضر في الآن عينه أمام الشاشة وعلى مسرح البرنامج التلفزيونية: بذلك يصنع التلفزيون الجمهور الفئوي كما في برنامج «التسقط الأقنعة»^٥ للصحفية ميراي دوماس^٦؛ ومن هنا، فإنّ الفضاء العام والفضاء الخاص قد أصبحا مُنصلّحين بالكامل في بعضهما.

هذا التلفزيون الجديد يعمل على تعميم الحياة الخاصة وتخصيص الفضاء العام: كلّ واحد يمكنه أن يذهب (وأن يحلم بأن يذهب) ليروي 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 يُخْصِّص الفضاء العام. ينسحب ذلك على الممارسة اليومية فيما يتعلّق بالهاتف: فالهاتف الثابت يسمح بإدخال الفضاء العام في الفضاء الخاص والمنزلي (رنين الهاتف يُذَكَّر بذلك)، فيما يُتيح الهاتف الجوال بأن يصطحب المرء في نزهة عالمه المنزلي «فقاعة» في الفضاء العام (وأن يُعمّم «شؤونه المنزليّة الصغيرة»). إن التلفزيون الجديد والتلفنة الجوال¹ يُساهمان بشكل يومي في هذا الإمّحاء (اللّعبي؟)² للحدود بين الفضاءين العام والخاص. إنّها ممارسات اجتماعية ينبغي تحليلها، وليس إنتاجاً مكيافيليّاً لسلطة ما.

القى بيار بورديو مُحاصرة حول التلفزيون لكنّه، في الواقع، لا يقصد إلا التلفزيون التجاري الذي هو ليس سوى واحدٍ من أشكال التلفزيون، وهو أقلّيٌّ من جهة المشاهدين؛ لا يتحدّث بورديو عن التلفزيون العام ويتجاهله، بالرغم من أنه يُمثل ٣٠٪ من الجمهور، ولا يتحدّث عن التلفزيون بأجر (مثل «كانال بلس»³ أو المحطّات التلفزيونية ذات البثّ الفضائي وبالكابل التي تُمثل ٣٠٪ من الجمهور).

لا ريب أنّ كلّ الناس قد فَهُمُوا عمل التلفزيون التجاري: إنّه منطق الوقت الضائع المُحوَّل 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 الشمالية منذ نشأته. لكن أيضاً، شكل خاص للتلفزيون في فرنسا، هو ذلك الشكل الذي ساد في الثمانينات ولا يزال قوياً جدًا من جهة الجمهور.

لكن هناك شكل ثالث للتلفزيون بَرَزَ منذ خمسة عشر عاماً ويمثل ٣٥٪ من الجمهور، أي ٣٥٪ من الإيرادات، إنه التلفزيون بأجر، بالاشتراك، مثل كanal بلاس^١ والمحطّات التي تبث بالكابل أو عن طريق البث الفضائي، الذي لا يتوقف جمهوره عن الازدياد. إنه شكل جديد للتلفزيون، هو تلفزيون الاشتراك وال التواصل. من الآن فصاعداً، ما يهم هو أن يكون الناس متواصلين بالشبكة ومشتركيـن، ومقدّم الخدمة يجتهد في تأليف (fidéliser) مشتركيـه... ولكي يبيع لهم باقات من الخدمات تُسمّى «الوسائل المتعدّدة» (كان ذلك قلب استراتيجية فيفendi^٢ في عهد مسيـي^٣). إن تلفزيون التواصل والعلاقة المزيفة هذا، لم يعـد فقط تلفزيون المشهد والعرض، إنه على نحو نموذجي التلفزيون الذي يعرضه تلفزيون اليوم. إن التلفزيون يعرض نفسه بنفسـه: إنه هو موضوع نفسه. يصبح كذلك «فاعلاً»^٤ مؤثـراً في مصير مشاهديـه (Pop-, Stars Academy, Loft Story)ـ، starsـ، إلخـ). إنـ ما يتم عرضـه الآن هو الجمهور الذي يصبح كاتـبـ السينارـيوـ المشارـكـ^٥ كما في برنامج (Loft Story)ـ ويصنع مصيرـ المشارـكـينـ فيهـ أوـ نـتيـجةـ اللعبةـ بـتـدـخـلـهـ فيـ البرـنـامـجـ. الجمهورـ كـفـ عنـ أنـ يكونـ «ـسلـبيـاً»^٦ـ، إنهـ جـمـهـورـ

1. Canal Plus

2. Vivendi

3. Messier

4. Acteur

5. Co-scénariste

6. Passif

فاعِل (acteur). يمكن إدانة هذه البرامج أو الدفاع عنها، لا يهُم: إنَّه حدث اجتماعيٌّ يُغذّي التمثيلات والخطابات والمبادرات اليومية. إنَّها برامح تلفزيونية تقوم على عرض التواصل وال العلاقة، «إنَّا على اتصال»، «إنَّا مُتّصلون»، «تفاعل» من خلال التلفزيون (يمكّنا أن نضمّ الهاتف أو الانترنت، كما في برنامج Loft Story)؛ بتعيير آخر «ال التواصل موجود»^١، إنَّا 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 مهمّا المضمون والمعنى، ما يصنع المعنى هو التواصل والمجتمع ونشارك الانفعالات: لقد أدركنا ما قاله برنار نوبل^٢ منذ عشر سنوات، الرقابة، أي فقدان المعنى. وليس ثمة حاجة من أجل هذا الأمر إلى رقيب أعلى^٣.

إنَّ التلفزيون الحالي يجمع ويؤمّن التشارك: من خلاله يتّسع المجتمع المفتوح والمُتّسقُّوي ويتشارك في الانفعالات والأحساس. الأمر لا يتعلّق بالواقع. إنَّها، وفقاً لتعريفها، برامح تلفزيونية تخلط بين الوهم والواقع، وبين الخاص والعام، وبين الجمهور والمُشاهد أمام الشاشة وخلفها؛ يُتيج هذا التلفزيون المعاصر عرض العلاقة والرابط الاجتماعي. إنَّه مظهُر خداع^٤ أو رِمَامَة^٥ للرابط الاجتماعي؛ لهذا السبب شهدت برامح تلفزيونية على غرار برنامج «قصّة العِلَيّة»^٦ نجاحاً شعبياً، لا سيّما وأنَّ برنامج «قصّة العِلَيّة» 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»¹ بين العلية² والخارج). إنّها برامج تلفزيونية مُعدّة بإتقان بالنظر إلى إنتاج الصور والمُتخيّلات.

أشدّد إذاً على هذه الأشكال المتنوّعة للتلفزيون الفرنسي الذي يتّطّور كثيراً مع المجتمع ذاته الذي يُمثّل التلفزيونُ مرآته وكشافه، بل أدّاء تحليله. ينبغي إذاً الحديث عن التلفزيون بأشكاله المُختلفة؛ تلك الأشكال الثلاثة المُمنضدة، التي ذكرّتها، تُشكّل تلفزيون اليوم: الخدمة العامة [التلفزيون الحكومي³، حتى وإن أُضِعَّفَ، والتلفزيون التجاري 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»⁴ و«نشرة الأخبار الصحيحة»⁵ اللذين يُعرّضان على «كانال بلاس» تذهب في اتجاه احتفال ذاتي للتلفزيون، له بعده الاقتصادي. هناك تطابق بين اقتصاد الأجرو وهذا النوع من البرامج التلفزيونية؛ لأنّ ما يهمّ هو الترابط والتواصل والشعور بالانتماء إلى نادٍ وجماعة تلفزيونية تشارك بعض الانفعالات. ما يُقّوم على المستوى الاقتصادي، هو الانضمام إلى «نادٍ» (يضمّ مشتركي مؤلفين abonnées fidélisées)، وما هو

1. Sas

2. Loft

3. Guignols de l'info

4. Vrai Journal

5. Péage

مُقوَّم رمزيًّا، بشكل أساسيٍّ، في ما يتعلّق بالتلفزيون التجاريٍّ، هو التواصل والمشاركة والترابط.

هو يرى طريقين كبيرين ممكّنين للتأثير في التلفزيون:

الطريق الأولى: في بناء تنظيم مرئيٍّ وسمّوميّ جديد. يجب أن نُحاول التفكير وأن نقترح تنظيمًا جديًّا وخدمة عامةً جديدةً مُدَقْرَطةً¹؛ لا يمكن أن يكون ذلك عودة إلى الديوان الفرنسيّ للإذاعة والتلفزيون (ORTF) السابق الذي كان خدمة عامةً حكوميًّة بالرغم من كُلِّ الجودة التي كانت قد تميّزت بها مدرسة [أستوديوهات] «تلال شومون»² وبالرغم من العدد الكبير من ساعات الإبداع في السبعينات والسبعينات. إنَّ نقد الحركة الاجتماعية التي تشكّلت في أيار ١٩٦٨ ركّزت على هذا الأمر: إنَّ احتكار الـ (ORTF) قد موّثّل باحتكار حكوميٍّ وسياسيٍّ؛ لأجل ذلك يبقى علينا بناء نمط جديد للخدمة العامة [التلفزيون الحكوميّ] ومسؤولية عامةً اجتماعيةً لضمان الحقّ في الاتصال المرئيٍّ والسمّوميّ (والإنصاف في تمثيل التيارات النّقديّة للأمور التي هي مواضيع للصور؟).

الطريق المرسومة الثانية، ضمن العمل النّظريّ لتحليل هذا الغرض الاجتماعيّ الأساسيّ الذي لم يُفَكَّرْ فيه إلَّا قليلاً والذّي هو التلفزيون، والذّي هو «طوطم» حقيقيٍّ في مجتمعاتنا، هناك الكثير يجب فعله في عمليّات التعلّم، ولا سيّما في المدرسة والجامعة وحتى في المؤسّسة الاقتصاديّة، من أجل الاستحواذ على ملكيّة الصورة والتلفزيون بعامةً. إنَّ ليكّة الإعلام المرئيٍّ والسمّوميّ جاريّة. ما أنجزَ للمدرسة العامةً منذ قرن يمكن إنجازه للتلفزيون. إنَّ رهان المجتمع وللمواطنية. نحن كُلُّنا لسنا مُضطّرِّين للبقاء عصاميّين أمام التلفزيون. يمكن

1. Démocratisé

2. Studios[Buttes Chaumont]

الاستيلاء على لَيْكَة التَّمْلِكِ الثَّقَافِيِّ والاجتماعيِّ للإِعْلَامِ المَرْئِيِّ والمسْمُوعِ، بما في ذلك ضمن ممارسات إنتاج تلفزيونيٍّ بديلة عبر تلفزيونات شراكة أو من خلال تدخلات مباشرة للمواطنين في وسائل الإِعْلَامِ المَرْئِيِّ والمسْمُوعِ.

التعَدُّديَّةُ ووسائلِ الإِعْلَامِ والقوَى المضادَّةُ للسلطة

يعتقد عالِمُ الاجتماع ميشال مولر¹ أنَّ المسألة التي تُطرحَاليوم هي التالية: إلى أيِّ مدى تُشكّل وسائلِ الإِعْلَامِ عوامِلَ فاعلة في المناقشةِ التعَدُّديَّةِ التي يجب أن تؤثِّر في مجتمعنا؟ إذا افترضنا أنَّ وسائلِ الإِعْلَامِ ليست إلَّا مجموعةً عوامِلَ فاعلة لا صاحبةِ المسؤوليَّةِ الرئيسيَّةِ عن لألة² الأذهان، يمكن أن نأمل أن بإمكانها أن تُشكّل اتجاهاتِ المناقشاتِ المتناقضةِ التي تُغذِّي حياةِ الأفكار. تُفيد الملاحظة أنَّ وسائلِ الإِعْلَامِ لا تؤديُ هذا الدور أو تؤديُه بقدرٍ قليل.

ثمّ يعود ميشال مولر إلى المفهومِ القديم للتعَدُّديَّةِ الذي كان سائداً في العصر «المجيد» للصحافةِ المكتوبة. كانت التعَدُّديَّةُ تمفصلاً حول قطبين: قطب الصحافةِ المسمَّاةِ البورجوازِيَّة، وقطب الصحافةِ الشيوعِيَّة. إنَّ هذا المفهومُ التاريخيِّ لم يوجد له بَدِيل. إنَّ فكرة إنشاءِ مجموعةٍ هو ما³ مع مجموع الصحافةِ الشيوعِيَّةِ اصطدمَ بعدَةِ عمليَّاتِ مقاومةٍ وأخفقَ، بينما في كُلِّ مكانٍ تعاقبتِ التَّكَلَّات.

الميزة الثانية التي لا تسمح لنا بالإِجابةِ هكذا البتَّة، هي تفجُّرِ تكنولوجياتِ الاتصالِ الجديدة، مما سَمَحَ بِتخيَّلِ فضاءاتٍ مُحتملةٍ بهدفِ خلقِ أماكنِ للمناقشاتِ، وإمكانيةِ حصولِ مناقشاتِ متعارضة، حيث يُكونُ بناءُ ثقافةٍ خاصَّةً بالحركةِ الشعبيَّةِ أمراً محتملاً. على العكس، رافقَ ظهورَ تكنولوجياتِ الاتصال

1. Michel MULLER

2. Opalization

3. Groupe Huma

الجديدة تركيز هائل لم يشهد له مثيلٌ من قبلٍ. إنّ مجموعة مثل «جنوب-غرب»^١، وهي صحفة إقليمية، لا تدين للصحفية-العنوان «جنوب-غرب» إلا بنسبة ٤٠٪ من رقم معاملاتها. أعني أنّ ٦٠٪ من نشاطها يرتبط بالtelevisions المحلية، والصحافة المجانية وبمُنتجات أخرى، حتّى نستخدم مصطلحاً ملائماً. يمكننا أيضًا ملاحظة أنّ أشكال الاتصال الجديدة التي تتعاقب لا تحل محلّ الأشكال السابقة، بل تنضاف إلى بعضها. وهكذا، فإنّ الصحفة المكتوبة لا تزال تشكّل اتجاهًا أساسياً للإعلام رغم هذه التطورات، مع تسعه 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. وحدتها مجموعة سوبرييس-فرنسا-أنتي^٢، أي مجموعة [عائلة] «إرسان»^٣، تملك ١٧ صحيفة.

نجد أنفسنا اليوم مع مجموعتين حاكمتين: مجموعة داسو^٤، ومعها سوبرييس-فرنسا-أنتي، بما أنها أصبحت المُساهم الأول في مقابل عائلة «إرسان» التي لم تعد المُساهم الرئيس، ومن جهة أخرى مجموعة «أشيت-لاغاردير»^٥. تملك المجموعات الصناعية الأولى في مجال صناعة الطائرات والتسلح (داسو ولاغاردير) وفي قطاع البناء والأشغال العامة (BTP) (القناة الأولى (TF1) وقناة الأخبار (LCI) تتميّان إلى مجموعة «بُويغ»^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 التجاري وخاصّة بالمواطنين؟ يذهب ميشيل مولر أبعد من ذلك: ألم يحنّ الوقت لنجعل من ذلك هدفًا شعبيًّا.

إنَّ الصراعات القائمةاليوم في الإعلام المرئي والمسموع العام، والصراعات التي نخوضها في الصحافة تبقى محصورة في دائرة بعض المهنّيين المُتّهمين بـ«الحرفيَّة»^١. حول مسألة الصحافة المجانية، أعتقد أنّنا لم نفهم لأنّا عندما منعنا توزيعها عُدَّ ذلك أحياناً صراعاً ضدَّ حرّية التعبير. على الرغم من أنَّ مقاومتنا لها لم يكن هدفُه إلَّا أن نفرض أن تعجز هذه الصحافة، التي تعيش على حساب التعددية والكيفيَّة، أن تعجز عن احتقار المُقتضيات ذاتها التي للصحافة بعامة. توجد صراعات، لكن ما إنْ تُطرح المشكلة، فإنّها تتركَّز على الصحافيَّين: ولكن هل الصحافيُّون هم الذين دوماً يصدِّرون الصحف التي تتألُّف بنسبة ٥٠ - ٦٠٪ من برقِّيات عاجلة، ليس هذا فحسب، وإنّما تضمُّ أيضًا عدداً من المراسلين والصحافيَّين بالصفحة الذين، لكونهم يتقاضون بالسطر وفي وضعية وقتية جدَّ هشَّة، يُخشى أنَّهم قد لا يكتبون غير ما توقعه منهم الإدارَة؟ كلَّ واحد في المهنة يُصارع في زاويته: ينبعي خلق تطابق قوي كفايةً لتمثيل بدائل. عندئذ، في نطاق مُعيَّن، أوفق على فكرة أنَّ «لدينا وسائل الإعلام التي نستحقُّها»، لا التي طالبنا بها، إنّما وسائل الإعلام التي تفرض نفسها اجتماعيًّا. كلَّ تحقيقات الرأي تُبيّن أنَّ ثمة طاقة حقيقية في الشعب لاستخراج رأيٍ نقيٍّ جدًا حول ما تُتّجه وسائل الإعلام وما تُصبح عليه.

إنَّ اقتراح إنشاء فدرالية للاتصال داخل الكونفدرالية العامَّة للشغل (CGT) لتجمِّع البنى القائمة قد طُبِّق، لكنَّها بقيت جامدة. تهدف هذه الفكرة إلى جمع

قوى تقدّمية في هذا المجال، لتكون «قوى مضادة للسلطة» حقيقة، لمواجهة واقع تركيز السلطة الإعلامية بين أيادي يتناقص عددها مع الأيام، هي أيادي مترسخة في السلطة التجارية. أخيراً، في غياب مشروع سياسي مُتسق حول وسائل الإعلام، أي أخلاقيٌ، لكن أيضاً اقتصاديًّا واجتماعيًّا، أعتقد أنّنا سنعاني في تحريك القوى الاجتماعية للمطالبة بتلفزيون مختلف.

تفكير جماعي مفيد للعمل ولتعريف موقع المؤرخ

في ضوء التنوّع والجودة للمقاربات التي اقترحها هذا الموضوع على المُتحاورين، فإنّه من العسير الاستنتاج. إنّ هذه المبادرة وَفَت بوعدها بأن سمحَت بفتح تفكير عامٍ، بوجهات نظر مختلفة. وساهمت في إبراز مسارات عمل مع الحُكْم على نتائج التجارب التي تجري سجلاً أيضاً. إنّ معضلة إنتاج التمثيلات هي، دائمًا، في قلب المناقشات حول التلفزيون. ولا ريب في أنّ إنتاج التمثيلات ليس هو ذات النوع من الصناعة الشيطانية التي تتوفر على كلّ سلطة نرحب بوصفها، لأنّ قوّتها، أيُّ القدرة على الإضرار التي تُنسَب إليه تنشأ عمّا تعكسه، أيُّ عن مجموعة تتسمi إليها وُتسيطِر عليها. هذا هو السبب الكامن وراء عدم الحاجة إلى وزارة إعلام تُراقب بدقة الصحافيين، فهو لاءٌ غارقون في علاقة الهيمنة التي تبعًا لها صيغَت طرائقهم في صُنْع 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 محلّيّ قريب من المواطن، وهناك بواسطة العمل الجماعي الذي يفرض علاقة قوّة مادّية تُشكّل أيضًا علاقة قوّة للأفكار، وفي مكان آخر بخلق الحدث من أجل إدراجه ضمن الأحداث الجارية ومباغتها وسائل الإعلام. نرى أنّ المسألة تتعلّق بإنشاء قوى مضادة للسلطة ونشر

الديمقراطية أكثر من كونها مسألة هجوم على التلفزيون ووسائل الإعلام على نحو منظم، وإنْ تكن اليقظة على الأغلب تتعلق بهم، لأنَّ فضح إفراطهم هو رهان ضمن الرهان السياسي الأعمّ الذي يمكن أن يُساعدَ في بعض أعمال نشر الوعي. إذا كان من صلة بين التمثيلات العقلية والسلطة التي تُمارسها وسائل الإعلام على مجرى الأفكار، فإنَّ تلك التمثيلات هي الأثر لتاريخ يُشارك الإنسان فيه كعامل واعٍ لتشكيل فكره الخاصّ.

إضافة إلى الإضاءات التي يمكن أن تُعطيها التجارب الماضية، فإنَّ ما يمكن أن تُبيّنه مثل هذه الندوة للمؤرّخ، هو الفائدة المتاتية من غنى التحليلات التي تقوم بها قطاعات أخرى أو أطراف اجتماعية معاصرة للعمل على موضوع ما. يمكن أن يكون هناك مجال لخيار ضمن التفكير المشترك حول الطريقة التي يمضي بها المجتمع قدماً في مجال كهذا، وفق قراءة الحاضر والماضي المطروح للنقاش. هناك مسؤولية تقع على عاتق المؤرّخ، مسؤولية عدم السماح لتاريخ رسميٍّ بأن يرهن الذاكرة الجماعية ومن ثمةً التاريخ الذي سيأتي على مجتمعنا. إنَّ العلاقات التجارية الحاكمة تقترح حدوداً لمستقبل سيني على أساس قراءة انتقائية ومؤيدةً أحياناً للماضي. هنا لا يعود المؤرّخ باحثاً فحسب، بل تتواءطاً وظيفته النقدية مع المصلحة العامة، التي تربطها صلة بكيفية مناقشة الأفكار التي تُغذي التعددية والتوجّه السياسي.

لائحة المصادر والمراجع

١. إن هذه المؤسسة التي شُكّلت في آذار ٢٠٠٠ تضم باحثين من قطاعات مختلفة ولهم اهتمامات متّسعة، إضافةً إلى مناضلين من مُنظمات سياسية منخرطة في الحركة الاجتماعية، ومناضلين نقابيين واقتصاديين تواصل، يمزجون بين تجاربهم ومهاراتهم، وذلك بغية تحليل تطوير السلوكيات الاجتماعية والسياسية الأكثر تنظيماً.
٢. انعقد هذا المؤتمر يوم السبت ٢٣ تشرين الثاني ٢٠٠٢ في باريس، في ساحة كولونيل-فابيان Colonel-Fabien. يضم هذا العرض المُداخلات التي شهدَها المؤتمر، والتي خرجَت إلى النور بعد بضعة أشهر من انعقاد المؤتمر، وقد أرْفَقت بالملاحظات التي سُجّلت 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 بالعقل بنية الهيمنة الإعلامية في أعمال بيار بورديو

أحمد عبد الحليم عطية^١

تمهید

في سياق نقد عوالمَ الميديا وإجراءاتها يركّز عالم الاجتماع الفرنسيّ بورديو^٢ بشكل رئيس على نقد الليبرالية الجديدة ونتائجها الكارثيّة على الإنسانية. كان

١. مفكّر وأستاذ فلسفة في جامعة القاهرة - جمهورية مصر العربية.
ولد بورديو عام ١٩٣٠ بمنطقة دانجان جنوب فرنسا، درس الفلسفة والأدب الأنثوجرافيا والأنثروبولوجيا.
وانتخب عضواً في الكوليج دي فرنس ١٩٨١. وكان لصدر العمل الذي أشرف عليه «بؤس العالم» (Le misère du monde) صدى هائل بين النقاد وفي مختلف وسائل الإعلام.
أعماله المترجمة إلى العربية، درس في الدرس (عبد السلام بنعبد العالى)، ١٩٨٦، حرفة عالم الاجتماع (نظير جاهل)، ١٩٩٣.

العنف الرمزي. بحث في أصول علم الاجتماع التربوي (نظير جاهل)، ١٩٩٤. أستلة علم الاجتماع (إبراهيم فتحي)، ١٩٩٥. أستلة علم الاجتماع. في علم الاجتماع الانعكاسي عبد الجليل الكور، ١٩٩٧. قواعد الفن (إبراهيم فتحي)، ١٩٩٨. التلفزيون وأدبيات التلاعُب بالعقل (درويش الحلوجي)، ١٩٩٩. أسباب عملية، إعادة النظر بالفلسفة، (أنور مغيث)، ١٩٩٨؛ ثم بعنوان: العقلانية العملية. حول الأسباب العملية ونظريتها (عادل العوا)، ٢٠٠٠. السيطرة الذكرية (أحمد حسان)، ٢٠٠١؛ ثم الهيمنة الذكرية (سلمان قعْدَرْيَانِي)، ٢٠٠٩.

عن كاظم جهاد في موقع مجلة الكرمل . www.alkarmel.org

2. Pierre Bourdieu

العمل الكبير الذي أشرف عليه وصدر تحت عنوان «بُؤس العالم» تعبيراً عن هذا التحول الراديكالي. وهو أحد آخر المفكرين الكبار الذين تركوا بصماتهم الفكرية في مجال نقد الكولونيالية وأثروا بشكل عملي في المحرّكات الاجتماعية والسياسية التي شهدتها النصف الثاني من القرن العشرين. كما يعتبر أحد أهمّ المنظّرين الذين تُعدّ أعمالهم أدوات للنضال الفكري والنظري فيما يُعرف بحركة العولمة البديلة. جسّد الأفكار والمبادئ التي روج لها في أعماله الفكرية إلى ممارسات عملية من خلال مشاركته في المظاهرات والحرّكات الاجتماعية والسياسية مباشرة. وقد أنشأ شبكة من الجمعيات والمنظّمات الاجتماعية والثقافية التي احتلّت موقع قويّة على خارطة العمل السياسي/ الاجتماعي والفكري في المجتمع الفرنسي^١.

يرى بورديو أن العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الحديثة، تنقسم إلى حقول؛ أي إلى فضاءات اجتماعية أساسها نشاط معين (مثلا: الصحافة، الأدب، كرة القدم، إلخ). يتنافس فيها الفاعلون لاحتلال موقع السيطرة مثلاً، يريد الصحافي أن يستغل في أوسع وأقوى جريدة وبعدها يحاول أن يحصل على أعلى منصب في تلك الجريدة، إلخ.. فعلى غرار التصور الماركسي، يبدو العالم الاجتماعي، عند بورديو، ذا طبيعة تنازعية، بيد أنه يؤكّد أن التنازعات المكوّنة للعالم الاجتماعي تخصّ مختلف الحقول، وليس مجرد صراع بين طبقات معينة وثابتة.

وهكذا يتميّز كلّ حقل فضائيًّا باستقلالية نسبيّة عن المجتمع ككلّ. وتميّز هذه الفضاءات بالتراتبية الطبقيّة والاجتماعية، وباستداد الصراع الدينامي والتنافس

١. دروיש الحلوجي: مقدمة كتاب ببير بورديو التلفزيون وأليات التلاعُب بالعقل، دار كنعان للدراسات والنشر، دمشق، ٢٠٠٤.

الشديد بين الأفراد حول الامتيازات المادّية والمعنوّية، والصراع حول موقع السلطة والهيمنة، حسب طبيعة رأس المال الذي يملكه كلّ فرد داخل المجتمع. ويكون الصراع في كلّ حقل حول مصالح مشتركة أو مصالح خاصة بكلّ فرد على حدة. ويُخضع الحقل لمجموعة من القواعد، مثل: الصراع المحتمل بين الجيل القديم والجيل الجديد. ومن ثمّ، يُخضع 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، عيننا به الدور السالب الذي تلعبه وسائل الإعلام والميديا الجديدة. في هذا العمل قدّم نقداً حاداً للفساد وسائل الإعلام الفرنسية وتبعية المثقفين الفرنسيين - أو كما يسمّيهم كلاب الحراسة الجدد - لوسائل الإعلام من صحفة وإذاعات وبشكل خاصّ الدور الخطير الذي يلعبه التلفاز في تكريس الأوضاع والمصالح السائدة، وفي التفريغ السياسي والتلاعب بعقول المستهلكين من المشاهدين والذي يقدم تحليلات لبنيته وآلاته. فلقد تنبأ على ضرورة خلق أشكال جديدة للحركة، ونماذج فكريّة، وتنظيمية غير تقليديّة حتّى يمكن مواجهة المرحلة الجديدة التي وصلت إليها الرأسمالية العالميّة في طبعتها النيوليبرالية، والتي عرفت باسم العولمة. لم تعد الأشكال القديمة للنضال الاجتماعيّ السياسي قادرّة وحدّها على مواجهة التوّحش الإعلامي والمالي الناتج من تزاوج التكنولوجيا الجديدة وعالم المال.

«الموضع السابق ص ١٢». وبسبب النجاح الجماهيري الذي حقّقه كتابه التلفاز والتلاعب بالعقل الذي يحلّ فيه حالة الميديا ويُسعي إلى إظهار تأثيرات شاشة التلفزيون وما تنتجه من برامج وصور بعيدة عن أيّ موضوعية وتعكس رؤية

١. جمال حمداوي: المفاهيم السوسيولوجية عند بير بورديو، موقع الألوكة <http://www.alukah.net>

للعالم غير محايدة سياسياً. تعرض بورديو لهجوم حاد من الحلقات الصغيرة لكهنة الميديا في الصحف وقنوات التلفزيون. ويُشَبَّه بعضهم الدور الذي يمثله بورديو بالنسبة للحركات المناهضة للعولمة النيوليبرالية، أو حركات العولمة البديلة كما تُعرف حالياً بالدور الذي لعبه هربرت ماركوز، وشي جيفارا، بالنسبة لحركات الشباب التي هزَّت العالم عام ١٩٦٨. «ص ١٦»

تكمِّن أهمية أطروحتات بورديو في عدم اكتفائِها بنقد الفضاء الميديائي الغربي، وإنما شملت الميديا العربية والقنوات الفضائية في سمائها؛ الأمر الذي يفتح الطريق للتأمِّل والتفكير فيما هو أبعد من ذلك، وتحديداً في طبيعة المجتمع الذي نعيش فيه في الوقت الراهن. وكذلك الدور الذي تلعبه ولا زالت تلعبه وسائل الإعلام العالمية، وخاصة دور القنوات الفضائية العابرة للحدود الجغرافية. وهذا ينطبق على ما يتعلَّق بالأحداث التي تشهدها المنطقة العربية في فلسطين والعراق؛ القنوات التلفزيونية لم تعد مجرَّد قنوات تقدِّم برامج للتسلية أو للتشقِّيف إنما هي كما قد أصبحت أدوات الضبط والتحكُّم السياسي والاجتماعي في المجتمعات الراهنة، أو هي وفقاً للمصطلح الذي يستخدمه بير بورديو عبارة عن أدوات «للعنف الرمزي» الذي تمارسه الطبقات الاجتماعية التي تهيمن وتسيِّر عليها هذه الأدوات.

ولا مناص من الإشارة هنا إلى مستويين يفصحان عن ضرورة الاعتناء بالنقد الذاتي الجاري حول الميديا في المجتمع الغربي؛ أولاً: مستوى الموضوع المباشر الذي يعالج ويحلله، 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 الآليات في توجيهه والرأي العام وتشكيلهما؟ من يقوم بالتحكُّم في هذه الآليات وبياناتها؟

هل هم الصحفيون الذين يعملون في هذه الأجهزة أو أنه «النظام» أو «البنية»¹ التي يعملون في إطارها؟ وثمة مستوى آخر من التفكير والتأمل يمكن أن نصل إليه يتعلق بطبيعة المجتمع ككل. هذه الآلة المركبة، أي المجتمع، تخضع لأدوات ضبط وتحكم تهدف إلى توجيهها نحو استراتيجيات محددة. ودور أدوات الضبط والتحكم هذه هو إحكام السيطرة على المحاور والتروس والحركات المختلفة التي تتم داخل هذه الآلة أي المجتمع. والذي يقع وراء ذلك كله ليسوا أفراداً معينين، لكنه «منطق النظام» ذاته، ذلك المنطق الذي شيد على أساس تفضيل مصالح فئات وشرائح اجتماعية معينة وهيمنتها ضد مصالح فئات وشرائح اجتماعية أخرى.

معنى ذلك أن الموضع الذي يعالجه بورديو يتعلق في مستوى المباشر بتحليل بنية أحد متجهات التكنولوجيا الحديثة التي تُعرف بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وأليّاته، لكن الموضع غير المباشر هو علاقة الأيديولوجيا بهذه التكنولوجيا. فالتوظيف والمضمون الأيديولوجي لهذه التكنولوجيا يجد أوضح مثال له في الدور الذي يلعبه التلفاز؛ التأثير المباشر في المشاهدين؛ يمتد هذا التأثير إلى مجالات الاتصال الثقافي الأخرى، وهو ما ينبعه بورديو إلى خطورته بشكل خاص. «ص ٢٣».

نقد الأيديولوجيا الناعمة

إن التحول الجديد الذي طرأ خلال السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين وحتى الآن هو انفراد ما يمكن أن نسميه بالأيديولوجيا الناعمة بموقع الصدارة في وسائل الإعلام المختلفة. وتمثل هذه «الأيديولوجيا الناعمة»² في تلك الجرعات

1. SYSTEME- STRUCTURE

2. Ideologie soft

اليومية، بل اللحظية التي تبَثُّها وسائل الإعلام الحديثة، وكذلك الوسائل المتعددة، وانتشار شبكة الأنترنت على المستوى العالمي. هذه الجرعات تتغلغل وتنساب إلى عقول المشاهدين، القراء، المستمعين، ومستخدمي الوسائل المتعددة والإنترنت بهدوء وبلا ضجيج، على عكس ما كان يتَّم في السابق.

وعند بورديو هنالك من يملكون وسائل الإنتاج وأدوات السيطرة والتحكم من ناحية، ومن ناحية أخرى هناك دائمًا أولئك الذين يخضعون لشروط هذه السيطرة ويسعون للتحرر منها. وإذا كنَّا قد دخلنا في مرحلة جديدة من مراحل تطُّور المجتمع؛ تلك التي يطلق عليها اسم «مجتمع المعلومات»، فإنَّ السؤال الذي يواجهنا على الفور هو من يملك المعلومات؟ والإجابة عند بورديو واضحة وهي أنَّ مَن يسيطر على هذه المعلومات ووسائل نشرها في المجتمعات المعاصرة؛ هو الذي يحكم ويفرض رؤيته على الآخرين. الذين يملكون ويسطرون على أكبر الشبكات التلفزيونية في الولايات المتحدة الأميركيَّة هم أمثال : بوسطن 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 سيتيز، جنرال إلكتريك، وكوكس إنتربرايز، الخ. بالإضافة إلى أسماء كبار المالكين والمسهمين من أمثال روبرت مردوخ، وارن بوفيت، ولورانس تيتشر صاحب سلسلة فنادق لويس، وتديزير (شبكة سي. ان)، وأسرة أوشن-سلزبرجر، وأسرة هيرست، وأسرة جراهام، «الحلوبي مقدمة الترجمة» الخ. إنَّ شبكات التلفاز والمذيع وكبريات الصحف والمجلات التي تؤثُّر في الرأي العام وتشكّله في البلدان الأوروبيَّة. يملكونها أمثال روبرت مردوخ المتوج بِإمبراطور أو ملك الميديا؛ وراء ملكيَّة كبريات الصحف الإنجليزية، الواسعة الانتشار، وكذلك شبكات التلفزيون وقنوات البث عبر الأقمار الصناعية،

وربما يكون المثال الأكثر دلالة الذي يجسد مدى خطورة هذه الظاهرة هو مثال سيلفيو بيرلسكوني في إيطاليا.

وبالمثل يمكن أن نتساءل من الذي يملك ويهيمن على أجهزة الإعلام العربية ويوضع سياستها، وخاصة شبكات التلفاز التي تشكل الوعي والرأي العام في الفضاء العربي وتوجههما؟ أيّ قيم وأفكار ثقافية تروج لها هذه الأجهزة؟ عن أيّ مصالح اقتصادية واجتماعية تعبّر؟ إنّ جميع شبكات التلفاز والإذاعة وكذلك معظم الصحف اليومية والمجلّات 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 غالبيتها من قبل شبكات عائلية واجتماعية تلتقي حول رئيس الدولة. ومن هنا نجد أنّ ملكيّة القنوات الفضائية العربية؛ أي تلك التي تبثّ عبر الأقمار الصناعية ويتمّ استقبالها في جميع البلدان ظلت تعكس نفس التركيب الخاصّ بملكية وسائل الإعلام المحليّة داخل الدول العربية. مثلًا قناتا-ART MBC يهيمن عليهما تحالف كلّ من الشيخ صالح والشيخ الوليد بن طلال والشيخ الوليد الإبراهيميّ، وهناك قناة تلفزيونية أخرى أنشأها ويديرها ابن شقيق رئيس سابق لإحدى الدول العربية، كما أنّ قناة الجزيرة التي اكتسبت شهرة واسعة، أنشأها أحد الأباء. ومن هنا ندرك العلاقة القوية 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 تعبر عن هذه المصالح من دون الإجابة عن السؤال المركزيّ الخاصّ بملكية المعلومات ووسائل نقلها.

يكشف التلفاز من خلال الآليّات المتعدّدة التي يحدّدها بورديو عن خطر كبير

جداً يهدّد مجالات مختلفة على مستوى الإنتاج الثقافيّ. كما يكشف كذلك عن خطر كبير لا يقلّ تهديداً للحياة السياسية وللديمقراطية. إنّ التلفاز ومعه جزء من الصحافة، مدفوعين بمنطق اللهاش وراء مزيد من الإقبال الجماهيريّ، قد أتاها وسمحوا للمحرّضين على الممارسات والأفكار العنصرية والمعادية لآخر من خلال تقديم التنازلات التي يمارسونها كلّ يوم.

وعلى هذا يهدف بورديو في عمله عن التلفاز والتلاعيب بالعقل إلى وضع ما هو أساسّي في المحلّ الأوّل بديلاً من السائد والمهيمن على أجهزة الإعلام، أي إبراز الخطاب المختلف عن ذلك الذي يمارس يومياً في التلفاز. ويعتبر الخطاب الجيد التركيب، الذي استبعد شيئاً فشيئاً من برامج التلفزيون، القاعدة المستهدفة للخطاب الذي يقدم في التلفزيون، يظلّ في الحقيقة أحد الأشكال الأكثر إحكاماً لمقاومة التعصّب وللتأكيد على حرّية التفكير.

إنّ ذلك الذي يقوم به ويهدّف إليه ينخرط ضمن استكمال ومواصلة النضال المستمرّ لكلّ العاملين في مجال الصورة المرتبطين بالنضال من أجل «استقلال رمّزهم الإعلاميّ»، وعلى وجه الخصوص التأمل النقديّ في الدور الذي تلعبه الصور، هذا العمل بدأ بتساؤلات سياسية (أنا أقول سوسيولوجية) عن الصور والأصوات وال العلاقات التي يقدمها في إعطاء أدوات أو أسلحة إلى أولئك الذين يتعاملون بهذه التحليلات التي يقدمها في مادّة الصورة ويسعون من أجل ألا يتحول هذا الذي يمكن أن يكون أداة رائعة للديمقراطية إلى أداة للقمع الرمزيّ. يرى أنّ علينا أن نمتنع عن التعبير عن آرائنا من خلال التلفاز؟ إلا «تحت شروط معينة ويتساءل: لماذا نقبل الاشتراك في برامج التلفاز في ظلّ الظروف العادّة؟ يضيف بورديو أنّه بقبول الاشتراك في برنامج تلفزيوني من دون أن يشغل بانا معرفة إذا كان من الممكن أن يقال بعض

الشيء، فإن ذلك يعتبر بشكل واضح خيانة، لأننا لسنا هنا لنقول شيئاً ما، وإنما لأسباب أخرى تماماً، وبشكل خاص حتى نشاهد وأن نكون موضع رؤية الآخرين «الموضع السابق ص ٣٩ - ٤٠»

في حالات معينة، يستطيع بعضهم - كما يبيّن بورديو - أن يجد أن هناك وجباً عليه أن يؤديه عبر التلفاز بشرط أن يكون ذلك ممكناً في ظل شروط معقولة. يجب الأخذ في الاعتبار خصوصية الأداة التلفزيونية. لقد أصبح التلفاز، يقدم إمكانية الوصول إلى كل الناس. ويشير بورديو بعض الأسئلة: بخصوص التلفاز هل ما عندي لكي أقوله موجود لـ كل الناس؟ هل أنا مستعد أن أجعل من شكل خطابي نوعاً من الخطاب الذي يمكن أن يكون مسموحاً من كل الناس؟ هل يستحق هذا الخطاب أن يُسمع من كل الناس؟ وذهب إلى ما هو أبعد من ذلك: هل يجب أن يُسمع هذا الخطاب من جميع الناس؟ ويعترف لقد كنت مضطراً دائماً أن أحدد قبولي أو رفضي للمشاركة في التلفاز تبعاً لهذا التفحص الدقيق لهذه التساؤلات. إن الاشتراك في برامج التلفاز يتم تحت رقابة فقدان الاستقلالية يرتبط مع أشياء أخرى بحقيقة أن الموضوع المعروض قد تم فرضه، وإن شروط الاتصال والحوار قد تم فرضها كما أن تحديد الزمن المفروض على خطاب المشاركين يفرض بشكل خاص حدوداً، هذه الرقابة تمارس على المدعوين، والصحفين من مقدمي البرامج الذين يمارسون هذه الرقابة؛ لأنهم يتوقعون أن ما سيقال هو كلام في السياسة. من الصحيح أن هناك تدخلات سياسية / تحكم سياسياً، لكن من الحقيقي أيضاً أنه يوجد جيش احتياطي، وقدر كبير من عدم الاستقرار في وظائف العاملين بالتلفاز والإذاعة؛ لذا فإن الميل نحو الخصوص للأعراف السياسية السائدة هو إلى حد ما ميل كبير جداً. الأفراد يخضعون للأعراف بشكل واعٍ أو بشكل غير واعٍ.

إنّه من الحقيقيّ القول إنّ الذي يمارس الضغط على التلفاز هو المحدّد الاقتصاديّ. هذا يعني أنّه لا يمكن السعي لقول شيء عبر التلفاز غير ذلك الذي يحدّد مقدّماً من قبل أولئك الذين يمتلكون هذه المحدّدات، أي من قبل المعلنين الذين يدفعون ثمن إعلاناتهم.

إشكالية التحليل السوسيولوجي

إنّ التحليل السوسيولوجي الذي يدعوه ويهدف إليه بورديو يواجه شيئاً من سوء الفهم : من هؤلاء الصحفيين الذين انخرطوا في موضوع التحليل، لديهم ميل للاعتقاد بأنّ العمل التوضيحيّ والشرح، وكشف الحجاب عن الآليّات، هو عمل تشويهيّ موجّه ضدّ أشخاص هو «هجوم» أو نوع من التشويهات، إنّهم يشعرون بأنّهم مستهدفوون وفي حالة اشتباك، بينما كلّما تقدّمنا في تحليل وسط ما، كلّما وصلنا إلى تخلص أفراد هذا الوسط من مسؤوليّاتهم الفردية - ذلك لا يعني توسيع كلّ ما يجري - كذلك فإنّنا 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، إنّهم يمارسون التلاعب والتأثير في الآخرين في كثير من الأحيان بشكل أفضل. «بورديو ص ٤٥»

إنّ الإعلان عن الفضائح، وعن الأحداث وعن إساءات هذا المذيع أو ذاك، أو المرتّبات الخيالية المفرطة والبالغ فيها لبعض المنتجين لا يمكن أن تؤدي إلى تحويل الأنظار عما هو أساسياً باعتبار أنّ فساد الأفراد هو قناع لهذا النوع من «الفساد البنوي» الذي يمارس على مجمل اللعبة من خلال آليّات مثل التنافس على كسب جزء من السوق. إنّ التلفاز يمارس نوعاً من «العنف الرمزيّ» المفسد والمؤذي بشكل خاصّ، العنف الرمزيّ هو عنف يمارس بتوافق ضمنيّ من قبل هؤلاء الذين يخضعون له وأولئك الذين يمارسونه بالقدر نفسه.

إنّ جزءاً من العمل الرمزي للتلفاز على مستوى المعلومات يتمثل في جذب الانتباه نحو أحداث تميّز بأنّها تهمّ 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 الأوّلية بالنسبة للمعلومات المهمّة جدّاً؛ لأنّها تهمّ الجميع من دون أن تؤدي إلى نتيجة ما، وهي تستهّلّ وقتاً يمكن استخدامه لقول شيء آخر.

وكثيراً ما يتمّ استخدام الزمن؛ الدقائق الشمينة 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 وهم أنفسهم جسداً وروحًا 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 الديمقراطيّة.

يستمرّ تحليل بورديو الذي يظهر لنا أجزاء من مظاهر تلاعّب التلفزيون والميديا بالعقل؛ ذلك أنّه عندما يعرض التلفزيون أشياء يتمّ إخفاوها عن طريق عرضها، وبواسطة عرض شيء آخر غير ذلك الذي يجب عرضه، إذا ما تمّ عمل المفروض عمله، إي 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 مأمورون في أن واحد بمعيولهم ومسؤولياتهم الوظيفية، برؤيتهم للعالم، بتكوينهم، وبمراتبهم

المهنية، ولكن أيضًا بالخصوص لمنطق المهنة، يختارون من هذا الواقع الخاص أي الحياة في مناطق ضواحي المدن.

إن الصحفيين انتقاميون يشبهون «نظارات» خاصة بواسطتها يرون أشياء معينة، ولا يرون الأشياء الأخرى؛ كما أنهم يرون هذه الأشياء بطريقة معينة. إنهم يمارسون عملية اختيار ثم عملية إعادة تركيب لذلك الذي تم اختياره.

الفكرة التي على أساسها يتم اختيار الأعمال التي تقدم هي البحث عما هو مثير، عن ذلك الذي يجذب ويدفع للمشاهدة. يسعى التلفاز إلى دفع الأمور نحو إضفاء طابع «الدراما»، وذلك بمعنى مزدوج: إنه يضع في المشهد، في الصورة واقعة أو حدثا ثم يقوم بالبالغة في أهميتها، في خطورتها وفي صفاتها الدرامية والتراجيدية، فإن ما سيشد الاهتمام ويثير حفيظة المشاهد هو الانتفاضات وأحداث العنف. هذه بالفعل كلمات كبيرة، وهو المطلوب. يجب استخدام كلمات خارقة للعادة. يمكن للكلمات أن تسبب الدمار والخراب وعليها نحن أن نتذكر أن كلمات تسبب فزعا للغرب بسبب الاستخدام الإعلامي لها، مثل: إسلام، إسلامي، إسلاموي، مسلم - هل الحجاب هو حجاب إسلامي أو حجاب مسلم؟ هل تأثيره ذلك يكمن ببساطة في مجرد الشكل أو أكثر من ذلك.

إن مثل هذه الكلمات تخلق أشياء، تخلق التصورات والتخيلات الخادعة، تحدث الخوف، كما يقول بورديو. الخارق للعادة هو ذلك الذي يعد مختلفاً عما هو عادي؛ ذلك الذي يفرض متابعة «السبق المثير» حتى يكون أول من يشاهد وأول من يدعوه إلى مشاهدة أشياء معينة، ثم استعداد بدرجة كبيرة إلى فعل أي شيء، كما لو أنه يتم النسخ والنقل بشكل مشترك بالنظر إلى سبق الآخرين، أن تفعل ذلك قبل الآخرين، أن تفعله بشكل مختلف عن الآخرين، ثم يتنهي الأمر بأن يفعل الجميع الشيء نفسه، البحث عن السبق المثير، ذلك السبق الذي يؤدي

في مجالات أخرى إلى التفرد وإلى إنتاج أعمال أصلية ينتهي به الأمر هنا إلى القولبة والابتذال. (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 السياسية بالإضافة إلى الإرشادات والتعليمات السياسية المباشرة أو الرقابة الذاتية المستوّحة من الإطارات المحدّدة لعملية الاستبعاد. من هنا تأتي المخاطر السياسية الملازمة للاستخدام العادي للتلفاز؛ من حقيقة أنّ للصورة تملّك الخاصيّة التي يمكنها أن تنتج ما يسمّيه نقاد الأدب «تأثير الواقع»، الصورة يمكنها أن تؤدي إلى رؤية أشياء وإلى الاعتقاد بما تراه.

علينا أن نتابع تحليل بورديو هذه المسألة وهو يحدّدها لنا كالتالي: الأحداث المتفرّقة، الحرائق أو الحوادث اليومية؛ يمكن أن تُعبأ وتُسّحن بتورّطات ومضامين سياسية وأخلاقية قادرة على إثارة مشاعر قوية غالباً سلبية؛ مثل المشاعر العنصرية ومشاعر الزينوفوبية (العداء للأجانب)، مركّب من الخوف والعداء لآخر، والنتيجة النهائية هي أنّ واقع التقرير أو التسجيل التقريري للواقع¹ يستلزم دائمًا بناءً اجتماعيًّا للواقع قادرًا على ممارسة تأثيرات اجتماعية تعبوية.

والخطورة الناتجة من ذلك أنّ التلفاز الذي يسعى لأن يكون أداة لتسجيل الأحداث يصبح أداة لخلق الواقع. إنّا نذهب أكثر فأكثر نحو عالم حيث الحياة الاجتماعية توصف وتفسر بواسطة التلفاز؛ إذ يصبح هو الحكم للانحراف والدخول في الحياة وفي الوجود الاجتماعي والسياسي.

يعتقد بورديو أنّ الإنتاج الصحفّي هو إنتاج غير متجانس. وأنّ الاختلافات والفرقّات الأكثـر وضوحاً والتي ترجع بشكل خاص إلى اللون السياسي

1. Le record 'en reporter

للسchrift، تخفى تماثلات وتشابهات عميقه، وهي تعود بشكل خاص إلى الحدود المفروضة من قبل مصادر المعلومات، وكذلك بسبب سلسلة كاملة من الآليات التي منها، منطق المنافسة. باسم المبدأ الليبرالي يردد دائمًا أن الاحتقار يُقولب وأن المنافسة تؤدي إلى التنوع. وهو يرى أنه بالنسبة للصحفيين فإن 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 تُعد إحدى الآليات التي من خلالها يتم تجانس الموضوعات المقترحة للنشر.

والسؤال المهم الذي يثيره بورديو هو كيف يتم إمداد هؤلاء الأفراد بالمعلومات وهم الذين يوكل إليهم أن يمدونا نحن بالمعلومات، ويمكن القول بشكل عام إن إمدادهم بالمعلومات يتم بواسطة موردين آخرين للمعلومات (مصادر المعلومات). هناك وكالة الأنباء المصادر الرسمية لكن الجزء الأكبر أهمية وحسماً من المعلومات؛ أي «المعلومات عن المعلومات» تلك التي تسمح بتقرير ما هو مهم، بتقدير ذلك الذي يستحق أن ينقل عبر وسائل الإعلام، هذا الجزء يأتي من مصادر معلومات أخرى.

ولتوسيح الصورة نقول: «إن المسؤولين الذين يحققون الإقبال الكبير من قبل المشاهدين يتمتعون بشعور بالوضوح ليس من الضروري أن يشاركون فيه الصحفيون المبتدئون، هناك المزعجون الذين يقاتلون بآمال من أجل مجرد إدخال اختلافات بسيطة داخل هذه الآلة الساحقة شديدة التجانس التي تفرضها الحلقة المفرغة للمعلومات التي تناسب بطريقة دائريّة بين الأفراد خاضعين للمحدودات المفروضة عليهم بسبب ضرورة تحقيق نسب إقبال عالية - ويجب عدم نسيان ذلك - إن الكوادر أنفسهم ليسوا إلا الأيدي المنفذة 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. فإن المنطق التجاري هو الذي يفرض نفسه على الإنتاج الثقافي الذي أقدرّه وأعتبره ذات قيمة تاريخية حقاً ليس إلا إنتاج عدد معين من الأفراد وهو الذي يعتبر بمنزلة الإنتاج الأكثر رقياً للإنسانية في الرياضيات، والشعر، والأدب، والفلسفة، كل هذه الأشياء قد أنتجت ضد معايير الإقبال الجماهيري ضد المنطق التجاري. (السابق ص ٦٣).

والمثال على ذلك هي (نسبة الإقبال) التي تمارس على التلفاز تأثيراً خاصاً جدّاً : تترجم في الضغط المستمر لكلّ ما هو طارئ وعاجل. المنافسة بين الصحف، المنافسة بين الصحف والتلفاز، بين قنوات التلفاز المختلفة، كل ذلك يأخذ شكل منافسة آنية لحظية من أجل السبق والإثارة¹ من أجل احتلال الترتيب الأول. هناك أشياء قد تم 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 يفكّرون من خلال «الأفكار الشائعة»، «الأفكار السائدة والشائعة» هي تلك التي يتقبّلها الجميع؛ لأنّ المشكلة الكبرى للإعلام هي معرفة إذا ما كانت ظروف التلقّي قد تم استيفاؤها: هذا المشاهد الذي يستمع إلى ما يقال هل يمتلك مفتاح الشفارة كي يفكّ رموز ما أقوله؟ عندما ترسل «فكرة شائعة»، فإنّ ذلك يعني أنّ الأمر قد حُسم بالفعل؛ لقد تم حلّ المشكلة مقدّماً. وهذا الإعلام هو إعلام آني ولحظي؛ لأنّه بمعنى ما ليس بإعلام. على العكس من ذلك فإنّ التفكير هو من حيث التعريف محرّب: يجب البدء بتفكير (تدمير) «الأفكار الشائعة»

1. Le Scoop

ثم عرضها بعد ذلك. «ص ٦٦». يشير بورديو إلى أنّ التلفزيون يفضل عدداً معيناً من المفكرين - السريعين¹ الذين يقدمون غذاءً ثقافياً على السريع² وهو نوع من التغذية الثقافية التي تم إعدادها مسبقاً.

والندوات تبدو ظاهرياً أنها ندوات حقيقة، لكنّها حقيقة بطريقة زائفه؛ 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 يصدّم مشاهدي التلفزيون دائماً. إنّ مقدم البرنامج يقوم بتدخلات جذرية 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 دوراً ما أو يتحدث بلغة مراوغة مخادعة (فارغة من المعنى)، يمكن أن يتحكم في كلّ شيء. إنّ مقدم البرنامج ذاته يتدخل في الحوار مستخدماً 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. يلجاً مقدم البرنامج إلى وسيلة أخرى، يجعل من نفسه متحدثاً باسم الجمهور المشاهدين. من وجهة نظر الديمقراطيّة؛ إنّ ما يمثل إشكالية في مثل هذه البرامج خاصة السبب الذي يثير مشكلة على جانب كبير من الأهميّة هو: أنّ كلّ المشاركين ليسوا في الوضع نفسه من المساواة على المسرح من حيث الفرص المتساوية في الحديث وال الحوار.

1. Fast- thinkers

2. Fast- food culture

يرى بورديو أنّ عليك أن تكون في خدمة أحد الأفراد ممن لديهم حديث مهمّ وترىده أن يتحدث لكى تعرف ما الذي لديه ليعّبر عنه، ما الذي يفكّر فيه، وأن تقوم بمساعدته على إظهار هذه الأفكار؛ إلّا أنّ هذا ما لا يقوم به مقدمو البرامج التلفزيونية. إنّهم لا يقومون بمساعدة أولئك الذين لا يمتلكون إمكانات كبيرة للتغيير. بل دائمًا ما يتمّ إعطاؤهم الكلمة في اللحظة التي لا يتظرونها على الإطلاق، المستوى الثاني: من تفكيك العمل هو تركيب البلاطوه. إنّه يلعب دورًا حاسماً.

ثمة مثال على هذا النوع من التلاعّب: ففي أثناء حركة الإضرابات، 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 البلاطوه، بإضافة أفراد أكثر إلى اليمين واختفاء الأفراد المؤيّدين للإضرابات. في هذه الحالة، فإنّ تغيير تركيب البرنامج يؤدّي إلى تغيير في مضمون الرسالة التي يمرّرها البرنامج. إنّ تركيب البلاطوه يتّسم بالأهمية؛ لأنّه يعطي صورة عن التوازن الديموقراطيّ.

هناك أيضًا خاصيّة أخرى في هذا الفضاء الإعلاميّ تتمثل في منطق لعب اللغة المستخدمة ذاتها. هناك الافتراض الضمنيّ الأول للعبة اللغة هذه هو: الحوار الديموقراطيّ كما يتمّ التفكير فيه، وفقًا لنموذج (المصارعة الحرّة)؛ يجب أن تكون هناك مواجهات وتحرّشات، الجيد (الأفضل / الفائز) هو الأكثر وحشية وشراسة.. وفي الوقت نفسه، فإنّ كُلّ الضربات غير مسموح بها. يجب أن توجّه الضربات ضمن منطق اللغة الشكليّة المتفق عليها، اللغة العاقلة. الصفة الأخرى التي يذكرها هي التواطؤ بين العاملين المحترفين في التلفزيون الذين يطلق عليهم

اسم المفكّرين على السريع¹ ، هم متخصصو ذلك النوع من التفكير الذي يستخدم لمرة واحدة ثم يُلقي به بعد ذلك، يطلق عليهم لقب «الزبائن الطيبين». وكثيراً ما أكون مضطراً ببدء كل إجاباتي بوضع السؤال المقدم محلّ تساؤل. يشير 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 استقلالية ضعيفة جدّاً يقع على كاهله سلسلة كاملة من القيود التي تعود إلى العلاقات الاجتماعية بين «علاقات تنافس» ضاربة وقاسية بالإضافة إلى تورّطات موضوعية ترتكز على المصالح المشتركة التي يترتب عليها أنّ جهاز التلفاز، هو جهاز مطيع ومفيد.

هيمنة التلفزة الفضائية

والظاهرة الأكثر أهميّة هي الامتداد الهائل لهيمنة التلفاز على مجمل أنشطة الإنتاج الثقافي بما فيها أنشطة الإنتاج العلمي أو الفني. لقد دفع التلفاز اليوم إلى أقصى حدّ، تناقضًا مسّ كلّ مجالات الإنتاج الثقافي. خاصّة التناقض بين الشروط الاجتماعيّة والاقتصاديّة التي يجب أن توضع فيها حتى يمكن إنتاج أنواع معينة من الأعمال ذات استقلالية 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 الاستقلالية، والحرّية في مواجهة منطق التجارة وطلب السوق وضغوط

المسؤولين الخ. وبين أولئك الذين يخضعون ويستسلمون للضرورة، الذين يقبحون مقابل ذلك. هذه التوترات لا يمكنها أن تعبّر عن نفسها على الأقل على شاشات التلفاز. يقول: «إنّ مهنة الصحافة هي من المهن التي نجد فيها بشكل كبير أفراداً يعانون القلق، غير راضين، متذمّرين أو مستسلمين في سخرية، في هذا الوسط يتمّ التعبير جماعيًّا بشكل كبير عن الغضب والاشمئزاز أو الإحباط أمام الواقع عمل يستمرّون في ممارسته أو يعلنون أنه عمل ليس مثل الأعمال الأخرى». لكنّنا بعيدون عن وضع يمكن فيه لهؤلاء المستبعدين أو الخاضعين أن يأخذوا فيه شكل المقاومة الحقيقية، المقاومة الفردية، وعلى وجه الخصوص المقاومة الجماعيّة. (ص ٨١)

ولفهم كل ذلك يرى الفيلسوف والسوسيولوجي الفرنسي، أنه يجب الانتقال إلى مستوى الآليات الكلية، إلى مستوى البنية والتركيب. إن التلفاز عالم يجسّد لدينا الانطباع بأنّ كل الشركاء الاجتماعيين بكلّ ما يتمتعون به من مظهر الأهمية والاحترام، والاستقلالية، وحتى حالات رائعة خارقة للعادة أحياناً، هم دمى لضوره من الواجب شرحها، دمى لبنية يجب التحلّل منها، وكشفها وإخراجها إلى النور. «التلفاز والتلاعّب بالعقل 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 يتميّز بوجود شبكة من العلاقات الموضوعيّة التي تربط بين القنوات التلفزيونية المتنافسة المختلفة، إلا أنّ هذا التنافس يتحدد في شكله، بطريقة غير مرئيّة بواسطة علاقات قويّة غير واضحة وغير مدركة يمكن أن تُحدّد من خلال مؤشرات ودلائل، مثل المؤشرات الخاصة

بنسبة حصة هذه القناة من السوق أي بعد المشاهدين وبوزنها تجاه المعلنين. وهناك أيضاً علاقات قوية خفيدة غير مرئية تماماً تجعل من الضروري أن نأخذ في الاعتبار مجمل علاقات القوي الموضوعية التي توجه المجال. هي المنافسة الاقتصادية بين قنوات التلفاز أو بين الصحف من أجل كسب المشاهدين أو القراء أو كما يقال كسب حصة من السوق، هذه المنافسة تكتمل على هيئة منافسة بين الصحفيين، منافسة تميّز بالرهانات الخاصة بها، مثل: «الإشارة الصحفية»، المعلومات المتفرّدة، السمعة والشهرة. كلّ هذا لا يحدث ولا يُنظر إليه بوصفه صراغاً اقتصادياً بحثاً أو صراغاً من أجل الكسب المالي فقط، لأنّه بجانب كلّ ذلك يكون في الوقت نفسه خاضعاً للقيود والمحدّدات التي تعود إلى وضع المؤسّسة الصحفية داخل شبكة علاقات القوي الرمزية والاقتصادية للمجال. «

راجع بورديو صفحات ص ٨٦-٨٥.

إذاً ما أردت أن أعرف ما الذي سيقوله أو سيكتبه صحافيًّا ما وفقاً لرؤيته، يجب أن أعرف الموقع الذي يحتلّه داخل هذا الفضاء، أي القوّة الخاصة التي تتمّع بها المؤسّسة التي يعمل فيها والتي تقاس من بين محدّدات وعوامل أخرى بوزنها الاقتصادي بنصيبيها من السوق لكن أيضاً، فيما يؤكّد بورديو، بوزنها الرمزي الذي يصعب إلى حدّ كبير تحديده كمياً ويؤكّد أنه حتى تكون كاملين، من الواجب الأخذ في الاعتبار موقع المجال الإعلامي القومي داخل المجال العالمي، الهيمنة الاقتصادية / التكنولوجية، وخصوصاً الهيمنة الرمزية للتلفزيون الأميركي، والذي هو نموذج ومصدر للأفكار، وللأسئلة، وللممارسات بالنسبة لكثير من الصحفيين.

إنّا لكي نفهم بشكل أفضل الصورة الحالية لهذه البنية، فمن الأفضل إعادة إنتاج تاريخ العمليات التي أدّت إلى وجودها. ويعطينا بورديو مثلاً أنه

خلال سنوات الخمسينات [من القرن العشرين] كان التلفاز موجوداً بالكاد داخل المجال الصحفي؛ كان العاملون فيه خاضعين لهيمنة مزدوجة في كونهم خاضعين للسلطات السياسية بشكل خاص، ذلك أنّهم كانوا خاضعين من وجهاً النظر الثقافية، الرمزية، بالإضافة إلى أنّهم كانوا خاضعين اقتصادياً أيضاً، وذلك بالقدر الذي كانوا يعتمدون فيه على الدعم المقدم من الدولة، وبالتالي فإنّ النتيجة هي أنّهم كانوا أقلّ فعالية وقوّة من الصحفيين الآخرين بقدر كبير. ومع مرور السنين، انقلبت العلاقة تماماً، وسعى التلفاز إلى أن يكون مهيمناً اقتصادياً ورمزيّاً.

«الموضع السابق، ص ٨٧-٨٨».

إنّ التلفاز بسبب قدرته على الانتشار يُلقي بمشكلة على عالم الصحافة المكتوبة وعلى عالم الثقافة بشكل عام. ذلك أنّ الصحف الجماهيرية الواسعة الانتشار تبدو بجانبها شيئاً ضئيلاً. يحتاج إلى التجانس والتماثل والتسريح، إلى «الامتثالية» وإلى «عدم التسييس». يصبح عملاً مناسباً تماماً، على الرغم من أنّ أحداً لا يرغب فيه. هذا ما نلاحظه كثيراً في الحياة الاجتماعية: وقوع أشياء لا يريدها أحد ويمكن أن تبدو كما لو أنها كانت مرغوبة، هنا يصبح النقد المبسط خطراً.

يوضح بورديو دور التلفاز وتأثيره في وسائل الإعلام الأخرى، ويرى أنّه إذا ما حاولت أداة قوية مثل التلفاز، أن تتمحور قليلاً باتجاه ثورة رمزية، فإنه سيفتح التسجيل بإيقافها... إنّ التلفاز يوجد في وضع لا يحتاج فيه أن يطلب منه أحد أن يقوم بما يقوم به، إنّ ذلك يتمّ فقط بسبب الخضوع لمنطق المنافسة. لقد أصبح مقدّمو نشرات الأخبار التلفزيونية، ومقدّمو برامج الندوات، والمعلّقون الرياضيون، أصبحوا جمِيعاً بمنزلة مدیرين صغار للوعي الذي يصنعونه، أصبحوا أيضاً متّحدّين رسمياً باسم أخلاق برجوازية صغيرة تماماً. وعلى الرغم من أنّ هؤلاء الصحفيين يحتلّون موقع متدنّية تمتّ الهيمنة عليها في مجال الإنتاج

الثقافيّ، إلّا أنّهم يمارسون نوعاً نادراً تماماً من الهيمنة: إنّ لديهم سلطة التحكّم في أدوات التعبير العام، وهم يستطيعون أن يوجهوا جزءاً من هذه السلطة المكرسة لهم باتجاه مصلحتهم الشخصية». (بورديو ص ٩٤).

هناك ملاحظة مهمّة نجدها أيّضاً في التلفزيونات العربيّة هي أنّ تلفاز الخمسينات كان يرحب في أن يكون تلفازاً ثقافيّاً ويرحب بشكل ما وبسبب من احتكاره في أن يفرض على كلّ الإنتاج الصبغة الثقافية، وفي أن يشكّل أذواق الجمهور الواسع، بينما تلفاز سنوات التسعينات يهدف إلى استغلال هذه الأذواق حتّى يحقق الإقبال الأكثر انتشاراً.

وعلى هذا يرى من الضوريّ 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 الصناعي، وذلك حتّى نستطيع الوصول إلى فهم حقيقيّ لطبيعة علاقة القوى القائمة بين الهيئات والمؤسسات المختلفة، وإلى إدراك المدى الذي تتحكّم فيه هذه العلاقة حتّى في الشكل الذي تأخذه التفاعلات بين هذه الهيئات والمؤسسات. (بورديو، ص ٩٧).

وتحليلات بورديو السوسيولوجية لتأثير الميديا يشرحها على النحو الآتي: تخصّص افتتاحيّات النشرات للأخبار الأكثر ثانويّة والأكثر طقوسيّة للحياة السياسيّة من أخبار عن الكوارث الطبيعية وعن الحوادث وعن الحرائق، وباختصار عن كلّ هذا الذي يمكن أن يخلق اهتماماً بحب استطلاع بسيط. ذلك أنّ الأحداث المتفرّقة، تملاً الفراغ السياسيّ، وأن تقوم بعملية عدم تسييس تختزل حياة العالم إلى حكاية أو طرفة ثانويّة صغيرة غالباً ما يُستدعي فلاسفة التلفاز للنجد، لكي يعيدوا إعطاء معنى لذلك الذي لا معنى له، ولما هو عارض؛ الذي يتمّ تقديمها بشكل مصطنع ودفعه إلى صداره العرض ليصبح حدثاً، كارثة الحجاب في

المدرسة، والاعتداء على المدرسين أو كل أحداث المجتمع الأخرى التي تم صنعها جيداً حتى تحدث سخطاً مثيراً للعواطف. إن البحث عن الإثارة، وبالتالي عن النجاح التجاري، يؤدي عند بورديو إلى اختيار الأحداث المترفرقة التي تخضع لمنطق البناء الدوجمائي البدائي، إلى خلق اهتمام بالغ بمحاكمة الغرائز والشهوات الأكثر بدائية. «ص ١٠٢».

السوسيولوجي الفرنسي وهيمنة الإعلام

ولا تقتصر الهيمنة على التلفاز، بل يتناول بورديو الصحافة، ذلك أنّ عالم الصحافة عبارة عن مجال له خصوصيّته في حد ذاته، ولكنّه يخضع لمحددات المجال الاقتصادي وشروطه من خلال (نسبة الإقبال). هذا المجال هو نفسه يمارس تأثيراً وضغطًا على جميع المجالات الأخرى انطلاقاً من كون بنية هذا التأثير البنويي الموضوعي، المجهول، غير المرئي، لا علاقة له بالبيئة مع ذلك الذي شاهده ونراه مباشرة، مع ذلك الذي نعلن عنه عادة، أي مع ما يتمّ من تدخل لهذا الفرد أو ذاك. «ص ١٠٥».

يسعى بورديو مزوداً ببعض الأدلة من أجل تحقيق الإتقان فيما يتعلق بالعلاقة بين التلفاز والهيمنة؛ مثلاً إعلاء الوعي بالآليات، أن يسهم في إعطاء بعض الحرية للأفراد الذين تحرّكهم هذه الآليات ويختبئون لها. وإذا كان جزء من التأثيرات السيئة ينبع من العوامل البنوية التي توجّه المنافسة، التي تسبّب استمرار حالة الإثارة. فإنّه علينا العمل على أن نجعل هذه الآليات واعية وواضحة وجلية، يمكن أن يؤدي ذلك إلى توافق في تحديد المنافسة. «انظر بورديو ص ١٠٧-١٠٨».

ويعطينا أمثلة لما تقوم به أجهزة الإعلام؛ أوّلاً: إنّ وسائل الإعلام لا تكتف عن التدخل 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 احتواoهم.

ثانياً: القوى والتلاءات الصحفية تعمل بطريقة أكثر حذقاً وبراعة بـإدخال إنتاج يتميّز بالتبعية والعمالة في المجالات المستقلة، مثل المنتجين التابعين الذين يتلقّون التكريم تحت تأثير القوى الخارجية، تكريماً لا يمكن لهم أن يحصلوا عليه من خلال قيمتهم الفعلية داخل مجالهم. هؤلاء الكتاب اللاقتّاب حقاً، الفلاسفة اللافاسفة، يحصلون على قيمة تلفزيونية، على أوزان صحفية من دون قياس مماثل ولا معيار لأوزانهم المحدّدة داخل عوالمهم المحدّدة.

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، إنّ الأكاديميين يتقدّمون على وسائل الإعلام، ملتزمين باستمرار عرض كشف حساب، يستجدون دعوة، يحتجّون ضدّ حالة الإهمال والنسيان التي يجدون أنفسهم فيها، ويسمع شهادتهم الكثيرة جداً، نصل إلى الشّك في مدى الاستقلالية الذاتية للكتّاب، للفنّانين 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.

إنّ بورديو لا يدين كـلّ شكل من أشكال التعاون مع الصحف، أو مع الإذاعة

والتلفزيون. لكن من وجهة نظر العوامل التي تدفع إلى التعاون والتي تفهم كأنّها خضوع بلا شروط لمحدّدات قوية. إذا كانت المجالات العلمية، والأدبية، والسياسية مهدّدة بهيمنة الميديا؛ فإنّ هذا يحدث لأنّ هناك داخل هذه المجالات أفراداً تابعين وخاضعين لا يعنيهم الأمر كثيراً من وجهة نظر القيم الخاصة بالمجال. (بورديو ص ١١٨-١١٩).^{١١٩}

إنّ التلفاز كما يلاحظ بورديو ينبع تأثيرين؛ فهو من ناحية يقلّل من حقّ الدخول في عدد معين من المجالات، فلسفية، قانونية، الخ. ويمكنه أن يخلع صفة عالم اجتماع، أو كاتب أو فيلسوف الخ.. على أفراد لم يدفعوا المقابل الضروري للدخول في هذه المجالات، وذلك وفقاً للتعرّيف الداخلي للمهنة المعنية. من ناحية أخرى، فإنّ التلفزيون في وضع يمكّنه من الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور.

تمارس وسائل الإعلام دورها كأداة للمعلومات المعبأة، شكل منحرف من الديمقراطية المباشرة يمكن أن يخلق ذلك الذي يؤدي إلى تلاشي المسافة بالنظر إلى إلحاح الحدث؛ بالنظر إلى ضغط العواطف الجماعية الجياشة، التي ليست بالضرورة ديمقراطية، تلك التي تؤمن بطبيعة الحال عبر المنطق المستقلّ نسبياً للمجال السياسي.

ويرى بورديو باسم الديمقراطية، أنه يجب النضال ضدّ الالهاث والجري وراء نسبة الإقبال. ومن الضروري أن يترك للأفراد حرّية الحكم، وأن يختاروا الأوديمات [نسبة الإقبال] هو شرط وإجبار السوق، الاقتصاد، أي لشرعية خارجية وتجارية تماماً، وإنّ الخضوع لشروط وإجبار هذه الأداة الخاصة بالسوق هي المعادل التام في المادّة الثقافية لما هو ديماغوجيّ وموّجه من قبل استطلاعات الرأي في الحياة السياسية. 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 تماماً أن الموضوع الذي يعالجـه بورديـو هو هيمنـة الآلـياتـ الخاصةـ بـمـجالـ صـحـفيـ يـخـضـعـ أـكـثـرـ فـأـكـثـرـ لـشـروـطـ وـضـرـورـيـاتـ السـوقـ التـيـ تـمـارـسـ تـأـثـيرـهـ عـلـىـ الصـحـافـيـينـ. وـمـنـ خـلـالـ هـؤـلـاءـ وـفـيـ مـخـتـلـفـ مـجـالـاتـ الـإـنـتـاجـ الـثـقـافـيـ، الـمـجـالـ الـقـانـوـنـيـ، الـمـجـالـ الـأـدـبـيـ، الـمـجـالـ الـفـنـيـ، الـمـجـالـ الـعـلـمـيـ تـتـمـ الـهـيـمـنـةـ. كـمـاـ أـنـ الـمـحـدـدـاتـ أـوـ الشـرـوـطـ الـبـيـنـوـيـةـ التـيـ تـشـكـلـ وـزـنـ هـذـاـ الـمـجـالـ،ـ وـالـتـيـ هـيـ ذـاتـهـ خـاصـعـةـ لـمـحـدـدـاتـ وـشـرـوـطـ السـوقـ،ـ تـعـدـلـ بـشـكـلـ أـوـ آخـرـ عـلـاقـاتـ الـقـوـىـ دـاخـلـ مـخـتـلـفـ الـمـجـالـاتـ،ـ مـؤـثـرـةـ بـذـلـكـ عـلـىـ الـذـيـ يـتـمـ عـمـلـهـ فـيـهـاـ وـعـلـىـ مـاـ يـتـمـ إـنـتـاجـهـ مـنـهـاـ،ـ مـمـارـسـةـ بـذـلـكـ تـأـثـيرـاتـ مـتـشـابـهـةـ تـمـاـمـاـ فـيـ هـذـهـ الـعـوـالـمـ التـيـ تـبـدـوـ شـدـيـدـةـ الـاـخـتـلـافـ ظـاهـرـيـاـ.

ويوضح بورديـوـ هـيـرـارـكـيـةـ نـسـبـةـ الـإـقـبـالـ عـلـىـ النـحـوـ الـأـتـيـ :ـ يـلـقـيـ الـمـجـالـ الـصـحـافـيـ عـلـىـ مـخـتـلـفـ الـمـجـالـاتـ الـثـقـافـيـ بـمـجـمـوـعـةـ مـنـ التـأـثـيرـاتـ الـمـرـتـبـةـ فـيـ شـكـلـهـاـ وـكـفـاءـتـهـاـ بـتـرـكـيـهـ الـخـاصـ،ـ تـقـاسـ درـجـةـ اـسـتـقـلـالـيـةـ مـؤـسـسـةـ مـاـ لـلـتـوـزـعـ بـقـيـاسـ نـسـبـةـ دـخـلـهـاـ الـذـيـ يـأـتـيـ مـنـ الإـعـلـانـاتـ وـمـنـ دـعـمـ الـدـوـلـةـ،ـ وـأـيـضـاـ بـدـرـجـةـ تـرـكـيـزـ الـمـعـلـنـيـنـ.ـ بـالـنـسـبـةـ لـدـرـجـةـ اـسـتـقـلـالـيـةـ صـحـافـيـ مـعـيـنـ،ـ فـإـنـهـاـ تـعـتـمـدـ بـدـاـيـةـ عـلـىـ درـجـةـ تـرـكـيـزـ الصـحـيـفـةـ؛ـ ثـمـ عـلـىـ مـكـانـةـ الصـحـيـفـةـ دـاخـلـ الـفـضـاءـ الـصـحـافـيـ،ـ ثـمـ عـلـىـ مـكـانـةـ الـصـحـافـيـ نـفـسـهـ دـاخـلـ الصـحـيـفـةـ أـوـ الـمـؤـسـسـةـ الـصـحـيـفـةـ التـيـ يـعـمـلـ بـهـاـ.ـ «ص ١٢٦».

ويذكر لنا العوامل التي تحدد الضمانات المختلفة المتعلقة بالمكانة الوظيفية التي يحتلـهاـ هـذـاـ الصـحـافـيـ.ـ وـالـتـيـ تـعـتـمـدـ عـلـىـ درـجـةـ اـسـتـقـلـالـيـةـ الصـحـافـيـ وـعـلـىـ كـفـاءـتـهـ فـيـ الـإـنـتـاجـ الـمـسـتـقـلـ لـلـمـعـلـومـاتـ،ـ وـتـمـارـسـ السـلـطـاتـ الـمـخـتـلـفـةـ،ـ وـخـاصـةـ الـهـيـئـاتـ الـحـكـومـيـةـ ضـغـطـهـاـ،ـ لـيـسـ مـنـ خـلـالـ الشـرـوـطـ وـالـعـوـامـلـ الـاـقـتـصـادـيـةـ التـيـ

تتّمّع بها فقط، ولكن من خلال كل أنواع الضغط التي يوّفرها احتكار المعلومات الرسمية أيضًا - المصادر الرسمية تحديًّا -، هذا الاحتكار يُعطى بداية للسلطات الحكومية والأجهزة الإدارية. يمارس داخله تأثيرات قوية جدًّا، يتبع ذلك أنّ هيمنة المجال الصّحفي تقوّي من نزعات الوكّلاء المنخرطين في المجال السياسي؛ ذلك يجعل من الهيمنة التي لا تكفّ عن التزايد للمجال الصّحفي الذي يخضع بدوره إلى هيمنة متزايدة للمنطق التجاري تزايد وتقوى على المجال السياسي المحصر 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 وتحدد له دوره، ووظيفته، وتواجهنا مما يجعلنا نواجه بنية متكاملة من آليات السيطرة والخصوصية. يعرض لنا بورديو ويقدم في نهاية عمله الملاحم لتأكيد تحليله السابق، المثال الأوّل حول العلاقة بين الميديا الأولمبية، والثاني عن الصحافة والسياسة. وسوف نشير إليها إشارتين سريعتين لتأكيد تحليله بشكل تطبيقي.

أولاً: الميديا والألعاب الأولمبية

يرى بورديو أن شروط البث التلفزيوني 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 أنه في دورة الألعاب الأولمبية في «سيول» فإن توقيت المباريات النهائية الأساسية في ألعاب القوى قد تم تحديده (وفقاً لبنيود من الاتفاques التي انتهت إلى شروط مالية هائلة) بطريقة تسمح بإجراء هذه المباريات في أوقات ذروة الإقبال التلفزيوني في بداية السهرة في الولايات المتحدة الأميركية. «ص ١٤٨».

ويبيّن لنا كيف تحولت اللجنة الأولمبية الدولية تدريجياً إلى مؤسسة تجارية كبيرة تبلغ ميزانيتها السنوية عشرة ملايين دولار، يهيمن عليها من قبل بطانة من المديرين الرياضيين وممثلي الشركات الصناعية الكبرى الذين يتحكمون في بيع حقوق إذاعة المباريات، وكذلك حقوق كفالة واحتكار الإعلانات، بالإضافة إلى اختيار المدن الأولمبية، شركات التلفزيون الكبرى المتنافسة من أجل حقوق البث التلفزيوني: الشركات الكبرى المتعددة الجنسيات. وفي النهاية يهيمن عليها من قبل متجمي الصور أولئك الذين ارتبطوا في علاقات تنافسية متوازنة لتوجيه عملهم الفردي والجماعي لإنجاز تقديم عرض الألعاب، اختيار تأطير ومنتج للصور، وعمل التعليقات. في النهاية من الواجب تحليل التأثيرات المختلفة لتكثيف المنافسة بين الأمم؛ تلك التي يصنعها التلفاز من خلال عولمة العرض الأوليمبي، مثل ظهور سياسة رياضية للدول موجهة نحو تحقيق النجاحات الدولية، الاستقلال الاقتصادي والرمزي للانتصارات، وتحويل الإنتاج الرياضي إلى صناعة «ص ١٤٩ - ١٥٠».

ثانياً: الصحافة والسياسة

يؤكّد بورديو أنّ المجال الصحفّي يفتح ويفرض رؤية خاصة تماماً عن المجال السياسي الذي يجد أساسه في بنية المجال الصحفّي وفي المصالح الخاصة للصحفّيين الذين يعملون فيه.

ففي عالم خاضع لضرورة مثيرة للضجر، وبالميل إلى أن تتعري بأيّ ثمن، فُرض 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 يشير بالإحباط وصعباً على المعالجة؛ ولذلك يجب جعلها مثيرة للاهتمام. من هنا هذا الميل الذي يلاحظ المواجهات الكلامية المفرغة من المعنى¹ بين متداخلين مفوضين قابلين للتبادل. ولفهم ذلك الذي يقال حقاً أو على الأقل ذلك الذي لا يمكن أن يقال في مثل هذه التبادلات المختلفة ذاتها، فإنّه يجب أن تكون مستعداً لكلّ شيء وكلّ التنازلات، عليك أن تمارس كلّ المساومات والتنازلات حتى تظلّ موجوداً، وحتى تؤمن الأرباح المباشرة وغير المباشرة: فللشهرة «الإعلامية» مكانة خاصة لدى المؤسّسات الصحفية.

يبين بورديو أنّ الصحفّيين الذين يتذرّعون بأن ذلك هو ما يطلبه الجمهور حتى يسّوغوا سياسة التبسيط الديماغوجية هذه (المعارضة كما يؤكّد بورديو للاهتمام الديموقراطي للإعلام)؛ لا يفعلون إلا إسقاط نزعاتهم الخاصة على رؤيتهم للعالم، وخاصة عندما يدفعهم الخوف من الملل إلى إعطاء الأولوية للعراق 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

مؤسس على حميمية الاتصالات وعلى السرية أكثر من استناده إلى الموضوعية والملاحظة والتقرير والبحث، إنهم يميلون لجلب كل شيء إلى أرضهم على علم وخبرة به، باهتمامهم باللغة وبالاعبين أكثر من اهتمامهم بمضمون الموضوعات المطروحة سياسياً، وأكثر من اهتمامهم بمادة الحوارات وبالتالي التأثير السياسي للخطابات.

الصحفيون بسبب من موقفهم الغامض في عالم السياسة؛ لأنهم نشطاء ومؤثرون جداً وحيث يمكنهم أن يقدموا الرجال السياسية خدمات رمزية لا غنى عنها.. فهم يميلون بشكل تلقائي إلى فلسفة الشك التي تدفعهم إلى البحث عن أسباب اتخاذ المواقف الأقل أهمية والمعتقدات الأكثر إخلاصاً للمصالح التي ترافق المواقف في المجال السياسي.

بكلمات يمكن القول، إن أطروحتات بودريار النقدية حيال الميديا وعالمها المعقّد والمثير تدخل في سياق التحليل الجذري لمأزق الخطاب الثقافي الغربي المعاصر.

فقد عكست ثورة الميديا صورة هذا المأزق المعرفي على النحو الذي يستحيل أن تعكسه أي وسيلة أخرى. وهذا هو الشيء الذي يمنح الميديا الجديدة صفات مركبة ومعقدة. حيث لا يستطيع حتى صانعها ومنتجها التحكم بآثارها ونتائجها.

هذا الكتاب

يتضمن هذا الجزء من سلسلة المركزية الغربية مجموعةً من الدراسات والبحوث التخصصية في الميديا وعلوم الإعلام المعاصر، والأثر الذي ربّته ثورة الإتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي على هندسات السيطرة الإستعمارية، والتقنيات التي يستخدمها الغرب لبسط هيمنته متعدّدة الأشكال على الآخرين. وهو ما يكشف عن التلازم الوطيد بين الميديا ومركزية الغرب، وأنّ الميديا ليست مجرّد اصطلاح يعكس مفهوماً محايضاً في حقل العلوم والمعارف الحديثة. بل هي تعبير عما شهدته خريطة العالم إثر سلسلة متصلة وقاسية من الحروب والصراعات الكبرى. بل إنّ ظهور الميديا كظاهرة يشكّل ترجمةً فعليةً لما بلغته طورات الحداثة وتمرّزها في قلب العالم الجديد. وبهذا سيكون بدبيهاً أن تكون الميديا أو ما اصطلح عليه بـ"ثورة الإتصالات" أحد العناوين الكبرى لمركزية الغرب الآيلة إلى تجديد الهيمنة على بقية العالم.