

أفكار عن الإعلام والإصلاح

عزمي بشارة



يبدو لأول وهلة أن الإعلام الصحفي من أكثر المؤسسات الاجتماعية اهتماماً ومصلاً بالإصلاح؛ فهو يحتاج مناخاً مناسباً من الحرية النسبية وسيادة القانون واستقلال القضاء لكي يقوم بمهمته على أفضل وجه. ومن هنا تبرز الحاجة إلى تحديد مهمته. وهذه مساهمة فكرية في فهم العلاقة بين دور الإعلام وعملية الإصلاح السياسي التي - على الرغم من غموض معالمها - أتاحت المجال في العالم العربي لتطور نوع جديد من الإعلام، ساهم بدوره في توضيح حدود عملية الإصلاح السياسي.

❖ كلمة افتتاحية للندوة السنوية للمنظمة العربية لمكافحة الفساد، بيروت ٢٠ - ٢١ أيار ٢٠١٠.

❖ - كاتب عربي من فلسطين.

أولاً، في المفهوم، أو التذكير بالأساسيات

الخداع، ويُطَبِّع له سماع الكذب، ويُطرب للسطحية والإثارة في السياسة والمجتمع، بدلاً من أن يبحث عنها في مجالات أخرى.

٦ - نزعة الإعلام الصحفي نحو مفهومه هي، إذًا، نزعة إلى عدم الكذب من أجل الربح، وإلى عدم الخضوع لعلاقات القوة، وإلى عدم اختزال الهدف بتبرير علاقة السيطرة وتمكينها. هكذا يتوق الإعلام الصحفي إلى مهمته النابعة من مفهومه، وتكمن رسالته في النزوع إليها ولو لم يتطابق معها.

٧ - يختلف واقع الإعلام الصحفي عن مفهومه حتى في أكثر الدول الديمقراطية افتتاحًا وضمناً للحريات. وتختلف وسائل الإعلام عن مفهوم الإعلام الصحفي، وإن موكلها مجلس من الخبراء يستخدمون أموال دافعي الضرائب من دون الخضوع لقوانين السوق وبعيداً عن قسر الدولة المباشر. ولكن الفرق بين مفهوم الإعلام الصحفي وواقعه يختلف من ظرف إلى آخر، ومن بلد إلى آخر: فتتوسع في الدول الاستبدادية، حتى يكاد الإعلام يتناقض مع مصطلحه حين تصبغ وظيفته حجب المعلومة؛ وتضيق من دون أن تختفي في الدول الديمقراطية الليبرالية نفسها.

٨ - حين نحدد مفهومنا للإعلام الحديث، بدءاً بالصحافة الحديثة التي ساهمت في تشكيل القوميات والمجتمعات المتخيلة وجمهوريات الحروف على أنواعها، فسوف نكتشف أن بُعد الواقع عن المفهوم يأتي على درجات. ويقترب واقع الإعلام من مفهومنا له حيث يتاح له أن يمارس التوتر مع المفهوم، والتوق إليه بحرية، وأن يمارس عمله حتى يكاد يصبح سلطة خبراء شعبية، أو سلطةً مدنيّة غير منتخبة ومستقلة تراقب السلطات الأخرى وتوازنها.

٩ - قد يناقض الإعلام القائم في الواقع مفهومنا لمعنى الإعلام الصحفي الحديث في حالة استقراره أداة بيد السلطة، يبرز لها خطواتها قبل وقوعها، وحين تُقرّها، وإنْ باثر رجعي إذا بلغ الأمر إلى علمه متأخراً. وهو يزيّف الحقائق، وينشر الإشاعات، ولا يلتزم بمهمته التحقيقية في البحث عن الحقيقة، ويحجب النقد، ويبرز منع المعلومة، ويستخدم التحريض، ويتعرض لذوي الرأي المخالف بالقدح والتشهير. كما يناقض مفهومه إذا أصبح مجرد قطاع من قطاعات الأعمال والتسليه والترفيه.

(ملاحظة: هذه المقولة الأخيرة لا تقلل من أهمية الترفيه والتسليه كصناعة وفنّ ومهنة، ولا سيما في عصر اتساع مساحة أوقات الفراغ في حياة الإنسان وتراجع عدد ساعات العمل. ولكن الترفيه ليس مهمة الإعلام الصحفي بموجب مفهومه. ولا يمنع ذلك من استخدامه في تسهيل المهمة الإعلامية لأغراض الرواج. أما إذا طغت أداة الترويج على هدف استخدامها، وأصبحت التسليه هدف صياغة الخبر مثلاً، فعندها يتجاوز الأمر الإعلام الصحفي إلى صناعة الترفيه والتسليه).

١٠ - يحدد الإعلام الصحفي سلطة القسر في الدولة والمجتمع، لأنه يراقب ويسجل، ويعني بكشف الحقيقة، وينشر، بغض النظر عن طبيعة أداة النشر وتأثيرها في الحقائق المنقولة.

١ - خلافاً للإشاعة والخطاب والقصيدة وغيرها من الأدوات التقليدية التي أعادت إنتاج شخصية القبيلة والشعب وذاكرتهما، ينطبق مفهوم الإعلام الصحفي الحديث على ظروف المواطن أكثر منه على ظروف هيمنة العلاقات الوشائجية في الجماعة العضوية (مثل العشيرة أو القبيلة أو الحارة). فهو يفترض وجود حيز عام يجري فيه تناقل معلومة ذات معنى للعموم، ويفترض نقل المعلومة لذات يهيمه ويهمها أن تعلم. وهو يخاطب بالمعلومة فرداً مفترضاً أن من حقه أن يعرف، لأنه يفكر ويقرر ويؤثر.

٢ - لكي تصح هذه الفرضية، يجب أن نطابق بين مفهومنا للإعلام الصحفي حيز عام ينشئ مجالاً للعلاقات التبادلية، متجاوزاً نطاق علاقات القوة والسيطرة من جهة، وبين مفهومنا له كحيز يقع خارج نطاق النشاط الاقتصادي الهادف إلى تحقيق الربح من جهة أخرى. والأمران غير ممكنين سوى على مستوى المفهوم: فالإعلام يعمل في الدولة بمعناها الضيق، أي في السياسة، ولا يقوم ذلك من دون علاقات سيطرة؛ وهو فاعل أيضاً في إطار النشاط الاقتصادي وعلاقات الملكية السائدة. ومع ذلك يبقى المفهوم ضرورياً لفهم خصوصية الإعلام ولتمييزه من غيره من أوجه النشاط الاجتماعي، ولأنه يبين ماذا يفترض بالإعلامي أن ينشئ مهما تعقدت الظروف.

٣ - لا يقع الإعلام خارج النشاط الاقتصادي، وقد يكون نقل الخبر عملاً مجدياً من الناحية المادية. وذلك يفترض أن المعرفة أمرٌ مطلوب، أو أن خلق الحاجة إليها أمرٌ ممكن.

٤ - لا تناقض بين التبادل المادي ونقل المعلومة، لأننا نفترض أن المتلقي معني بمعرفة الحقيقة. فإذا نظرنا إليها من زاوية اقتصادية محض، أمكن القول إن المواطن يدفع ثمن المعلومة، كما يدفع ثمن أية خدمة أخرى مثل التعليم والعلاج الصحي وغيرها. وحين «يبيع» الصحفي معلومة غير صحيحة، فإنه كمن يقدم علاجاً خاطئاً أو تعليماً رديئاً أو يبيع بضاعةً فاسدة، مع أن الأمر لا يُرى بالوضوح نفسه والخطورة ذاتها مجتمعياً. فمن زاوية التبادل في السوق، لا يجوز أن يتعهد المستشفى بالعلاج ثم يقدم تشخيصاً خاطئاً، ولا يجوز أن تتعهد مؤسسة ببيع تسليه وترفيه ثم تستغل ذلك لبيع مواد سامة أو مضرّة بالصحة. إن الواجب الاقتصادي لمالك وسيلة الإعلام يقضي بأن يقدم معلومة صحيحة. وإذا وجد ذلك غير مربح، وارتأى أن الكذب أكثر مبيعاً، فقد يتحوّل الإعلام إلى نشاط غير مجزٍ مادياً؛ فإما أن يجد من يدعمه فيخلق الحاجة إلى المعرفة والطلب، وإما أن يغيّر استثماره إلى مجال آخر. ولكن لا يجوز أن يخدع. ومسؤوليته الذاتية مضاعفة لأن المحاسبة أمر صعب وخطير ويفضل اجتنابه عادةً.

٥ - لكي تُخدع وسائل الإعلام جمهورها فإنها تعمل على تغييره، فتسهم في تنشئة ذوق جديد للجمهور: ذوق يطلب

ثانياً، في تناقضات المفهوم

١ - يجب ألا ننتظر المقارنة بواقع الإعلام الصحفي الملموس لنكتشف التناقضات في دور الإعلام ووظيفته؛ فنحن نجد المصالح وزوايا النظر قابعة في مفهوم الإعلام الصحفي ذاته. سواء لدى المنتجين من الصحفيين أو المالكين أو المستهلكين من القراء والمشاهدين. ذلك أن مفهوم «الإعلام الصحفي» يشمل أدوات الإنتاج، مثل الطباعة والبت والتمويل. إنّه، في مثاله ذاته، نصّ مكتوب ومطبوع، أو مقروء ومسموع. وهو مُنتج بأدوات إنتاج وعاملين ومشغّلين. وهو، في حالة اقتصاد السوق، سلعة يجري تداولها. وهو وسيلة اتصال بين البشر. هذه ليست مفاجآت يكشف عنها واقع الإعلام، بل هي أبعاد متميزة كاملة في مفهومه ذاته. وهي ليست أبعاداً متميزة فحسب، بل متصارعة أيضاً.

٢ - يعيد الإعلام صياغة الواقع بدرجات مختلفة: بدءاً بتفكيكه وإعادة تركيبه على نحو معين، مروراً بانتقاء الجزء الذي يستحق أن يكون خبراً، وصولاً إلى العنوان. ويتم عزل الخبر عن واقعه، وزرعه في عالم آخر هو عالم الإعلام والأخبار. وهو عالم افتراضي، تحكمه قوانين أخرى، غير القوانين التي حكمت الواقعة قبل أن تصبح خبراً.

٣ - التغييرات التي يضيفها الإعلام على «الحقائق» و«الوقائع» حين ينقلها متغيرة هي أيضاً، وذلك بموجب نوع وسيلة الإعلام، ونوع مقاربتها للواقع، ناهيك بزوايا النظر المتعاقبة على الخبر عند المراسل والمحرر والقارئ من الميول والأفكار المسبقة والأهداف والتطلعات.

٤ - ليس مفهوم «الإعلام الصحفي» جامداً ساكناً، بل يتطور بالتفاعل مع الواقع، ويتطور بالتالي فهمه لذاته، كما تطور فهمنا له في صيرورة التاريخ. ويتخذ تقصي الحقيقة، ونقل الخبر، وتوسيع مدى حريته وحرية التفكير والرأي، أشكالاً مختلفة. ولكن هذه المهام تبقى في جوهره، وكأنها رسالته التاريخية إذا صح التعبير.

٥ - يكشف مفهوم الإعلام الصحفي عن توتر: أ) بين المصلحة وضيق زاوية نظر الإعلامي، وسعيه إلى الكشف عن الحقيقة. ب) بين مصدر التمويل وطبيعة المنتج. ويكشف الانتقال من عالم المفهوم إلى عالم الواقع أي مصدر من مصادر التمويل هو الأقل وطأة على مهام الإعلام الصحفي: أهو الدولة مباشرة، أم دافع الضرائب عبر مجالس سلطة الإعلام المستقلة، أم رجل الأعمال المستثمر لرأس المال وعائده من سوق البيع والدعاية والنشر؟

٦ - يظهر على المستوى المفهومي نفسه توتر يعتمل بين أنماط ملكية وسيلة الإعلام الصحفي، والطبيعة العامة للحيز الذي يفترض أن ينشئه الإعلام. فالإعلام الصحفي يفتتح فضاء عاماً بين الإعلاميين والمتلقين، وبين المتلقين أنفسهم. وهو فضاء تضيق به الملكية الخاصة لوسيلة الإعلام، ويضيق به تحديداً

١١ - بدأ الإعلام الصحفي بنقل الخبر «المهم» إلى المواطن في البلدة، ثم تحول أداة في تحويل الجماعة اللغوية إلى جماعة متخيلة ينتمي إليها القراء الذي أصبح زمنهم متجانساً، هو زمن الصحيفة التي يقرأونها جميعاً في الوقت ذاته. لقد خلقت لهم الصحيفة تزامناً وراهنية، وصنعت لهم أجندة، وساهمت بالتالي في بناء الأمة الحديثة. وعليه، فإن الإعلام الصحفي، كجزء من الكلمة المطبوعة والمنشورة باللغة القومية، هو الرابط بين تشكل المجتمع المدني وتشكل الأمم الحديثة.

١٢ - إن حرص هذا الإعلام على نقل المعلومة يحوله إلى رقابة باسم المجتمع والصالح العام. وهي رقابة مضادة لرقابة الدولة، وتحكم مضاد فيها. ويحد كشف الحقيقة من اعتبارية السلطة، إذا كانت السلطة تخشى الحقيقة. ويميز هذا السعي إلى نقل «الحقائق»، على شكل أخبار، الإعلام الصحفي، ويعرف خصوصيته وذلك قبل أشكال التعبير الصحفي عن الرأي.

١٣ - الصحافة هي التي تقرر أي الحقائق ترتقي إلى مستوى الخبر، وأي الأحداث يسمّى حدثاً، وأي الأخبار يصنع عنواناً.

١٤ - يبدو أن لفعل «تقصي الحقيقة» سحراً لدرجة أن تخشاه الأنظمة الشمولية نفسها، التي بلغت من السيطرة على العقول والخواطر أقصى الدرجات. فلديها دائماً ما تخفيه، على الرغم من ثقها بتجنّد جمهورها، ويقلقها أن تُعرف كل الحقيقة لأنها لا تعتمد على غسل الأدمغة فقط بل على إخفاء الحقائق أيضاً.

١٥ - ليس صحيحاً أن الحقيقة في نظر الصحفي يجب أن تكون نسبية. فالحقيقة مطلقة ما لم تُنشد، والحقيقة نسبية بعد أن تُدرك. وعلى الصحفي أن يكشف الحقيقة التي ينشدها، وأن يضعها في سياقها، وأن يجري المقارنات اللازمة. وبعد أن يقوم بهذا العمل، تمكن إتاحة المجال للسؤال عن نسبيتها، ودرجة أهميتها، ومبررات معارضتها، بل مدى إلحاق جزء منها الأذية بالأمن القومي. والحوار حول ما يُكشف منها وما لا يُكشف هو حوار وطني جانز مع السلطة، ويفترض أن للصحافة المسؤولة فيه رأياً.

١٦ - إذا لم يتوصل الإعلام إلى الحقيقة التي ينشدها بأدواته، وكان المسعى عقلانياً وصادقاً وي طرح الأسئلة الصحيحة، فلا بد أن يتوصل إلى حقائق أخرى في الطريق، وأن يكشف عن أكاذيب وأوهام أخرى لم تخطر في باله.

١٧ - يحد الإعلام من سلطة العادة والرأي المسبق والإشاعة والآراء الخاطئة المنتشرة، ومن بأس دعاية أصحاب السلطة، بواسطة إتاحة حيز لحرية النقد والحوار. ولو شمل مفهوم الإعلام الصحفي هذين البعدين فقط لكفاه فخرًا! هذا بموجب المفهوم. ولكنه قد يصنع بنفسه إشاعات وأفكاراً مسبقة، وينشر الجهل بدلاً من العلم، كلما اتسعت الفجوة بين النظرية والممارسة.

خضوعها للأهداف والمصالح الخاصة. كما تقيد ملكية الدولة التي تنزع إلى منع نشوء حيز عام يفصل بين الدولة والفرد ويصل بينهما.

٧ - من هنا، اكتشفت أهمية التفريق بين الملكية والتحرير في وسائل الإعلام، على محدوديته

ونسبته، وسنتت أيضاً القوانين التي تنظم عمل وسائل الإعلام كمسؤولية عامة تجاه المجتمع، فهو لا ينبغي أن يعامل كمتجر أو كمثل خاص لصاحبه أو بصاحبه، ولم يصل الأمر بأي مجتمع بعد إلى التعامل مع الصحافة كخدمة اجتماعية تنظمها قوانين، مثلما تنظم المدرسة والجامعة والمستشفى. ولا وصل الأمر إلى تنظيم مهنة الصحفي بالحد الأدنى - ولا أقصد ذلك نقابياً فحسب، بل مهنيًا وجرافيًا أيضاً - بحيث تصمم الآليات الاجتماعية، إن لم تكن القانونية، التي لا تسمح لأي كان بأن يرأس صحيفة، ويرسل المعلومات، وينسخ المقالات، من دون الإشارة إلى المصدر.

٨ - هذا التوتر، بين أدوات إنتاج الإعلام وعلاقات إنتاجه، يقودنا إلى تأثير التطور التكنولوجي لأداة الإنتاج الإعلامي في مسألة ملكية وسائل الإعلام. فتنشأ الملكيات الكبيرة لوسائل الإعلام، وينشأ التداخل بين رأس المال بشكل عام ورأس المال المستثمر في الإعلام بشكل خاص. وتتوسع السوق الإعلامية ويزداد عدد المتلقين في حالة الإعلام الجماهيري الذي يمكّنه التطور التكنولوجي، ويزداد التناقض حدة بين طبيعة ملكية وسائل إنتاج الإعلام وعلاقات الملكية السائدة.

ثالثاً: في واقع المفهوم

١ - واقع الإعلام الصحفي هو تفاصيل الحياة الملونة، وأقصد حياة المجتمع وحياة الصحفيين وديناميكية الإعلام الداخلية أيضاً. فواقع الإعلام الصحفي صراعات أذكر منها: (أ) الصراع مع ملكية وسائل الإعلام. (ب) الصراع مع تنافسية السوق الإعلامية. (ج) الصراع مع الميل إلى مسيطرة الآراء المسبقة لغرض الرواج. (د) الصراع مع رقابة الدولة، ورقابة المجتمع، والرقابة الذاتية. (هـ) الصراع مع إيديولوجية صاحب وسيلة الإعلام، وإيديولوجية الكاتب والمراسل نفسه، والإيديولوجية السائدة لدى القطاع الاجتماعي المتلقي. (و) الصراع مع الميل إلى نشر معلومة غير مؤكدة تمس سمعة شخص أو مجموعة من دون التأكد منها، ومن دون التأكد من علاقتها بحق الناس في أن تتعلم.

٢ - تبرر الإيديولوجيا إخفاء الوقائع التي «لم يحن وقت إبرازها» من وجهة نظرها، وتبرر الانتقائية التي تؤكد صحتها، وتبرر لي الحقائق في خدمة هدف. ويتفاوت تأثير الإيديولوجيا

تبرر الإيديولوجيا إخفاء الوقائع التي «لم يحن وقت إبرازها»، وتبرر الانتقائية التي تؤكد صحتها، وتبرر لي الحقائق في خدمة هدف.

السياسية: فهي قد تكون مفيدة في شحذ موقف كاتب عمود أو مقالة، وفي تحديد زاوية النظر؛ وإذا تفاعلت وتصارعت زوايا نظر عدة من هذا النوع، شرط ألا تكفر إحداها الأخرى، نحصل على الجدل المطلوب لتشكيل تنوع الفضاء الإعلامي. ولكنها قد تكون مضرّة إذا تدخلت بشكل واع في التحقيق الصحفي مثلاً. وقد يجري ذلك من دون علم الصحفي ذاته بواسطة لغته وأدواته؛ وهنا يصح التحرير والتحريض والتحيص والنقد الذاتي.

٣ - تدور الصراعات والتوترات غالباً على جبهتين أساسيتين، إذ تحدّد طبيعة الصراع عليهما ونتائجه مدى اقتراب الإعلام الصحفي من مفهومه. وهما: الموضوعية، والحرية التي تمكّن من النقد وتبادل الرأي والإبداع.

٤ - لكنّ العلاقة بين أدوات الإنتاج والمنتج ذاته تؤثر أيضاً بشكل مباشر في نوع المنتج. ذلك لأنه ينشأ صراع بين العمق والسرعة، وبين الموضوعية واتساع الانتشار، وبين الواقع والصورة، وبين موضوعية التعامل مع الموضوع وشكل عرضه للتسليّة والترفيه بموجب التكنولوجيات الحديثة ناهيك بالعرض والطلب.

نأخذ مثلاً موضوع الصورة التلفزيونية. قيل الكثير عن المشهدية، وعن الإثارة التي تطفئ على المضمون وتصبح هي إياه. ولكن الأمر الأكثر خطورة هو قدرتها (التي تميّزها من المسموع والمقروء) على تقديم نفسها كواقع. إن الإرباك بين الواقع والخبر هو قوة الصورة التلفزيونية والخبر المصور والتقرير، وهو قوتها من ثم على تزييف الواقع، التي تفوق قوة أية وسيلة إعلامية معروفة.

٥ - وكما في حالة كلّ منتج اجتماعي معنوي آخر، فإنه غالباً ما تنمو الجماهيرية والانتشار على حساب النوع والمستوى. وهذه ليست قضية نسبية فقط، بل موقّنة أيضاً، إذ تُنتج الحالة الجماهيرية تنافساً جديداً يؤدي إلى إنتاج صفوف إعلامية نوعية جديدة ذات ميّزات تمكّنها من القيام بدورها بشكل أفضل. فالانتقال من حالة الاستقطاب بين لإعلام مقابل إعلام نخبوي، إلى حالة إعلام جماهيري أسوأ وإعلام أفضل، ليس انتقالاً سيئاً بالضرورة. صحيح أنّ الإعلام الصحفي النوعي في هذه الحالة مضطّر إلى التنافس مع إعلام آخر يوسع سوقه باستمرار، ويستهدف الغرائز والعواطف وغيرها، وينتج الذوق الجماهيري بمجرد افتراضه له ناهيك بمخاطبته؛ وصحيح أيضاً أنه يجد نفسه في تنافس مع ما يشبه صناعة التسليّة أكثر مما يشبه الإعلام؛ بيد أنّ هذا التنافس يؤثر أيضاً في الإعلام الجماهيري: فهو يزيد من الكم الذي منه تتولد نخبة صحفية. وإن صحيفاً نوعية متنافسة مع وسائل الإعلام المرئية

أفضل من صحيفةٍ نوعيّةٍ بلا منافسين. وهي المنافسة نفسها التي تنتج صحيفة «التبليود» التي تحاول أن تنافس الصورة التلفزيونيّة بالسرعة والإثارة والإكثار من الصور والعناوين الصارخة.

٦ - وإضافةً إلى إدخال عناصر التسلية والإثارة إلى المشهد من تأثير التنافس مع وسائل الإعلام المرئية، فإنّ الصحافة التي تستحقّ الذكر مضطّرةً، لكي تصمد أمام الإعلام المرئي، أن تؤكّد تميّز الصحافة المكتوبة عنه عوض منافسته بأدواته - وهي منافسة تخسر فيها تميّزها أو سوقها. لذا يكون التأكيد على تميّز الصحافة المكتوبة بواسطة عمق المعالجات وتأنيها. وهي خلافاً للرأي المعبر عنه تلفزيونياً، مصوغة كتابة، وبشكل مطوّل نسبيّاً، ومن دون مقاطعة، ومن دون مساعدة نبرة الصوت والصورة.

٧ - تضطرّ وسائل الإعلام المرئية إلى بعض التقليد للصحافة المكتوبة، وإلى استخدامها كمصدر أحياناً، وليس هذا بالأمر السيئ بالضرورة. لكنّ شكل المنافسة الأضعف هو بين وسائل الإعلام المرئية ذاتها، وبين وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة ذاتها. وتتخذ المنافسة شكل صراع على المشاهدين، وغالباً ما تدور على سرعة نشر الخبر والسبق الصحفي، وما أسهل أن تتحوّل إلى صراع على الإثارة وجذب الجمهور بأيّ ثمن!

٨ - في الدول الديمقراطية المتطورة ذاتها لا يجري التنافس على الأساسيات. فالتعددية محدودة فيها، وقد تنقلب إلى «وحدةٍ وطنيةٍ شاملة» في زمن الحرب تشبه الدعاية. وتبقى التعددية للتنافس على التفاصيل، والإثارة، والصورة، والقدرة على تحويل تفصيل إلى خبر يهّم الجمهور.

رابعاً: في الحالة العربيّة

١ - ينطلق الإصلاح السياسيّ حين لا تستطيع النخب الحاكمة الاستمرار في الحكم بالوسائل القديمة. وهو يتحوّل من حالة النظام غير التعدديّ إلى نظام تعدديّ حين تفقد النخب الحاكمة زمام المبادرة ويُفقد الإصلاح من بين يديها، إما بسبب تولّد حالة من الفوضى، وإما بسبب وجود قوى مجتمعيّة وسياسيّة منظمّة قادرة على استغلال اللحظة التاريخيّة لتوسيع الإصلاح ووضع شروطها للمشاركة فيه.

٢ - لم يتحوّل الإصلاح الذي انطلق في بعض الدول العربيّة في ثمانينيات القرن الماضي إلى نظام تعدديّ فعلاً. وقد أطلقت الأنظمة العربيّة الإصلاح بفعل تطوراتٍ محليّةٍ وعالميّة، وظلّ يتميّن: (أ) بعدم فقدان النظام الحاكم زمام المبادرة، من حيث قدرته على مراجعة الإصلاح والتخلّي عن هامش الحرية المتاح متى شاء. (ب) بأنه طاوّل مؤسسات ليست صاحبة قرار أصلاً.

٣ - بهذا المعنى فإنّ الأنظمة في بعض الحالات قد أجهضت التغيير من دون أن تغيّر جذريّاً في بنية النظام الحاكم.

والمقصود أن غالبية الأنظمة السلطويّة العربيّة تركت متنفّساً لانتقاد حكوماتها عبر هامش فُصلّ لاستقبال نوع جديد من الإعلام. وقد أضيفت مع الإصلاح مؤسسة جديدة هي البرلمان، الفاقد للسيادة والصلاحيّات، والذي يُسمح له بنقد الوزارات. وبذلك أجهض العمليّة الانتخابية، وأفقد ثقة الناس بها، وأنتج نوعاً جديداً من السياسيين هم نوابّ الخدمات - أي نوابّ «الواسطة» عند النظام، والنوابّ الذين يمثلون هويّاتٍ أهليّةٍ ومحليّة.

٤ - تتخذ الصراعات، التي أشرنا إليها في محاولتنا للاقترب من مفهوم الصحافة، والتي جعلنا محورّها الحرية والموضوعيّة في تقصي الحقائق، شكلاً خاصاً جداً هنا. إذ لا ينعم الإعلام العربيّ، في مجمله، بحالة من الحرية تتيحها أنظمة ديمقراطيّة ليبراليّة، فنُحوّل التناقض الأساس إلى تناقض مع علاقات الملكية السائدة وسوق الدعاية والتسليع والتسلية والترفيه وأراء الجمهور المسيّفة. كما أنه لا يخضع لأنظمة شموليّة تشمل الإعلام، فنُحوّله إلى مجرد قناة من قنوات السيطرة والتحكّم بالوعي الشعبيّ، أو إلى أداة من أدوات إرهاب الخصوم. ويتفاوت الإعلام العربيّ بين إعلام رسميّ مجنّد، وإعلام خاصّ مراقب. وفي الحالتيّن، تترك سلطة الاستبداد غير الشموليّ جُزراً وهوامش للإعلاميين للعمل في مهنتهم. ويشمل ذلك كلّ ما تعتبره السلطة غير سياسيّ. وقد تتسامح وتسمح بنقد وزاراتٍ بعينها، أو سلطات الحكم المحليّ البلدية، أو قطاعاتٍ اقتصاديةٍ محدّدة. ولكنّ هذه الحرية ذاتها حريّة مقيدة لا تسمح باستنتاج النتائج عبر تتبّع سلسلة المسؤوليات والمسؤولين نحو الأعلى؛ كما أنها قد تنحو نحو التضحية بكبش فداء، فتسمح بنقده بل تشويهه أيضاً، أو بإلهاء الجمهور بقضايا نافلة تستنزف طاقة الخلاف بالرأي، فيبدو عبرها الإعلام حرّاً. وربما كانت هذه القضايا النافلة أحد المجالات التي لا بد من التعامل معها لو جرى في إطار عمل إعلام حرّ. أما في إطار عمل إعلام مقيد فتتخذ أهميّة أخرى، إذ تصبح لها وظيفة إيديولوجيّة في التموهيه وتهميش الجمهور. هنا يصبح التشديد على المحليّ والجهويّ والجزئيّ، مثلاً، أداة في الإقصاء عن السياسيّ.

٥ - نفقّس، كالفطريّات، وسائل إعلامٍ محليّة على مستوى المدينة والناحية، تُعنى بشؤون العائلة والجريمة وغير ذلك. ويتوه المتلقّي بين هامش الحرية المتاح في نقد هذه المجالات، وبين البصيصة وسبق الفضيحة وإثارة الشبق إلى الفضيحة. وبالمجمل، تنفّذ وسائل الإعلام في هذه الحالة عمليّة لاتسييس زاحف.

٦ - أما في المجال السياسيّ المحض فقد اعتاد المواطن العاديّ أن يقسّم وسائل الإعلام والأقلام بين وسائل إعلام رسميّة وغير رسميّة (إذا كان وجود الأخيرة متاحاً). وغالباً ما قسّم الناس الأقلام بين مستنقّلة ومأجورة. وقد صنّفها التحليل الأكثر تركيباً إلى: (أ) أقلام مأجورة مدفوعة بالمصلحة والمال. وهو شكل

منتشر من أشكال الفساد، بل إن فساد الصحافة في هذه الحالة فساداً مزدوج، لأنه يعني تخلياً عن مهمتها الإعلامية بشكل عام، وعن مهمتها في مكافحة الفساد بشكل خاص. إنه فساد لا يجد من يكافحه، ويصنع للإعلام صيئاً سيئاً. (ب) أقلام إيديولوجية تابعة

لحزب أو تنظيم. وقد تكون مستقلة عن المصلحة الاقتصادية المباشرة نسبياً، ولكن الإيديولوجيا والأحكام المسبقة تؤثر فيها سلباً عندما تُخضع لها عملية البحث عن الحقيقة؛ كما تؤثر فيها إيجاباً عند اتخاذ الموقف الجريء الذي قد يعرض الصحفي للملاحقة. وهي تؤثر سلباً في المهمة الصحافية حين يفشل الصحفي في الفصل بين خصوصية مهمته في تقصي الحقيقة من جهة، وأرائه المبلورة التي تقود إلى تشخيصها المسبق من جهة أخرى. وقد تدفع إلى انتقاء الحقائق، وإبراز ما يؤكد صحة الموقف، وإخفاء ما يدحضه أو يضعفه. (ج) أقلام مستقلة. ومنها ما هو مستقل أيضاً عن العقل والضمير، وأقلام مستقلة صاحبة رسالة صحفية فعلاً. وهي تقوم بدورها - وغالباً مع عرض أصحابها لفقدان الوظيفة والفرق أو الملاحقة أو الاعتقال أو السجن.

٧ - ليس الإعلام علماً ينبغي فصله عن الإيديولوجيا. فعالم الصحافة هو عالم إيديولوجي بكل ما في الكلمة من معنى. والبحث عن صحفي من دون إيديولوجية هو كالبحت عن سياسي يتعامل مع السياسة كأنها بحث علمي. ولكن المهمة تكمن في قدرته على تحييد الإيديولوجيا حيث يلزم، وعدم الخجل بها أو سترها حيث لا يلزم.

٨ - وكما ذكرنا فإن عملية الإصلاح السياسي وسعت هامشاً لوسائل الإعلام لم يكن يُذكر قبيل هذا الإصلاح، في المغرب ومصر والجزائر واليمن والأردن وغيرها. وصنع هذا الهامش في ظل فتح المجال للكيّة ووسائل الإعلام ولقوانين السوق، ممثلة باقتصاديّات الدعاية والنشر وتسليع الإعلام، وذلك من دون أن تلغى القيود على الإعلام بشكل كامل: فلم ينم هامش الحرية ليتسع لمحاسبة صاحب القرار الحقيقي ونقده؛ ولم تخب الرقابة المجتمعية المباشرة، بل ازدادت نتيجة للانفتاح. وهي لا تحمل سمات إيجابية مفيدة للصحافة فحسب، بل تحمل أيضاً تقييدات اجتماعية ناجمة عن عادات وأفكار منتشرة، وعن تزمّت وتزمّت مصطنع، وتنتج كذلك عن فسح الإصلاح المجال لقوى اجتماعية أهلية غير سياسية للتأثير في الحيز العام بشكل غير مسبق.

٩ - كما نشأت في هذه الفترة محطات البث الفضائي التي همّست الإعلام المرئي الرسمي، أو جزءاً منه لم يكتف نفسه مع التطورات، وسمحت بهامش للنقد ليس بريئاً دائماً، ولكنه كسر محرّمات على آية حال.

ليس الإعلام علماً ينبغي فصله عن الإيديولوجيا. ولكن المهمة تكمن في قدرته على تحييد الإيديولوجيا حيث يلزم، وعدم الخجل بها أو سترها حيث لا يلزم.

١٠ - كما وحّدت السوق الإعلامية العربية، بسبب من اللغة العربية، بشكل لم تتمكّن الأنظمة القومية نفسها في أوج نفوذها من القيام به. ولهذا السياق آثار عظيمة يصعب تقديرها حالياً.

١١ - وتحول الإعلام إلى مجال استثماري تنافسي بهدف الربح

والتأثير والمكانة. ولكنه تحول أيضاً إلى مجال لاستثمار سياسي، إذ اجتاحه المال السياسي الباحث عن النفوذ السياسي والهيمنة الثقافية، لا عن الربح المالي بالضرورة. وقد مثلت الدولة الخليجية والمال الخليجي نوعي الاستثمار هذين بشكل غير مسبق.

١٢ - وتطوّرت بموازاة ذلك كلّ صحافة الإنترنت المتمتعة بحرية أكبر من الصحافة العادية. ولا يعني ذلك دائماً تحرراً من القيود النفسية والذهنية. في البداية، يتخذ التحرر من القيود حالة من عدم التناسب بين حرية أكبر ومسؤولية أقلّ عما يكتب ويُنشر، لا تجاه السلطات وحدها بل تجاه المهنة والحقيقة أيضاً. بيد أن التطور الكمي والخبرة والتجربة وتنوع المستخدمين تؤدي في النهاية إلى نشوء صحافة إلكترونية جذبة وواعدة، تشق طريقها المستقل وسط كم هائل من فوضى المواقع والتشظي، ووسط مهرجان الإسفاف، وبين أكرام قمامة من الهراء والإشاعات والترهات.

١٣ - ازدادت أعداد الصحافيين والعاملين في الإعلام. وتعرضت الصحافة إلى تحديات جديدة. أهمها في رأيي:

١٣ - ١ - وجود مركز وهامش في الإعلام الصحفي المسؤول نفسه. فالمنتج الرئيس للخبر في عالمنا هو ثلاث وكالات أنباء غربية تُصدر ٨٠٪ من الأخبار المنشورة في عالمنا. أما بقية الوكالات الرسمية وغير الرسمية في العالم فتنتشر ٢٠٪ من الأخبار، يُنشر منها في الغرب نفسه ١٪ فقط. والإعلام العربي هو جزء من مستهلكي هذه الـ ٨٠٪، وهو أيضاً جزء من مصدري الـ ١٪ للغرب.

١٣ - ٢ - ليست وكالات الأنباء الغربية الثلاث مجرد ناقل للأخبار من الغرب ومن بقية أنحاء العالم إلى العالم العربي، ومنه إلى بقية أنحاء العالم - وهذا يكفي في ذاته لكي يثير رد فعل ورغبة في تصحيح هذه العلاقة - بل هي أيضاً الناقل الرئيس للخبر من منطقة إلى أخرى داخل العالم العربي. فمثلاً ينتقل الخبر الفلسطيني إلى لبنان عبر وكالة الأنباء الفرنسية، وينتقل الخبر السوداني إلى مصر عبر رويترز، والخبر العراقي عبر أسوشيتد برس. وينطلق الصحفي في آية وسيلة إعلام عربية من أن «خبر الوكالة» هو مصدر موثوق لا يحتاج إلى تدقيق، مع أن كتابه ومحرّره بشر أيضاً يعانون النواقص

نفسها ويرون الدنيا من زوايا نظر ومصالح وغيرها. وتنتشر الوكالات لغتها، ومعها مفاهيم غريبة في فهم المجتمعات العربية وأزماتها وصراعاتها وقواها الاجتماعية والسياسية. إنها تجربنا على فهم قضايانا بلغتها، كما تجعلنا نتواصل عبرها. ومن واجبا أن نستغرب عدم إنشاء وكالة أنباء عربية مستقلة حتى اليوم، تورع الأخبار عربياً، وتنافس عالمياً.

١٣ - ٣ - طبعاً لم نتطرق بعد إلى الخبراء والمحللين، وإلى المكانة التي تحتلها الصحافة الغربية والإسرائيلية المترجمة من دون المرور بمصفاة الخبراء والخبرات إلى العربية. ولم نتطرق إلى البث الفضائي المكثف والمنهج للأفلام والمسلسلات الأميركية، وهي من أهم مصادر الدعاية السياسية وصناعة الإيديولوجيا في عصرنا، وتصور لنا العرب والشرقيين بكثافة غير مسبوقة في الأفلام، وتروج صوراً عن ذاتنا تجعل الشاب العربي يشمئز منها ويغترب عن ذاته منجذباً إلى صورة البطل الغربي، أو يقلد صورته التي يصنعها الإعلام الغربي، وهي صورة العربي الجيد والمعتدل الذي يسعى جاهداً لإثارة إعجاب الغرب، أو يقلد (استفزازاً ورفضاً واحتجاجاً) الصورة السلبية، صورة الشرير بنظر الصناعة الأميركية. وعليه، فإن أي استطلاع للرأي العام العربي، بأدوات العلوم السياسية والاجتماعية الأكاديمية الغربية، بشأن الهويات أو غيرها، بعد هذا التزوير اليومي والمثابر للواقع العربي، وتثبيت الحدود بين العرب بلغة غريبة، هو محض افتراء يكمل صورة صناعة الهويات في بلادنا، والتي تقودها مراكز الاقتصاد والسياسة الغربية.

١٣ - ٤ - يتيح هامش الحرية وتغير أساليب الأجهزة الأمنية وتطور غيرها من أجهزة التحكم مجالاً للنقد، لكنه يفسح أيضاً حيزاً للدوران في فلك النظام والعمل على تكريس الوضع القائم بشكل مستتر. فهناك إمكانية للخوض في تفاصيل لم تكن متاحة، مقرونة بالتمسك بأسس سياسة النظام والوقوف في صفه، وبخاصة في الصراعات المجتمعية والسياسية المهمة بالنسبة إلى النظام. ويشمل هذا الانحياز إلى النظام في القضايا التي تهمه خلطاً بين الوطنية، وبين الدفاع عن نظام الحكم القائم. يبدأ الأمر بالتصدي لأي نقد تكتبه أقلام عربية من خارج البلد العربي المعني في عصر توحّد السوق الإعلامية، وينتهي إلى نعت أقلام النقد الداخلية بالأذنان لقوى خارجية.

١٣ - ٥ - انتشر الخلط بين الحياد والموضوعية. وهو نزوع رائج للتبرقع بالمهنية هروباً من الموقف، بل من غياب الكفاءة أحياناً. وبموجب هذه المغالطة تتطابق المهنة مع الحياد. والحقيقة أن المهنة تتطلب توخي الموضوعية في تقصي الحقائق، ولا تهدف إلى الحياد. بل قد تقضي الموضوعية بعدم الحياد، كما قد يكون الحياد غير موضوعي. فإذا توافرت معلومات كافية، وغير مفترضة، عن أهداف أميركا من الحرب على العراق مثلاً، فمن

غير الموضوعي ألا تسمى سياسات استعمارية أو إمبريالية؛ وإذا ثبت أنها استخدمت الكذب لتبريره، فمن غير الموضوعي ألا تسمى عدواناً. والقول بأن الفاسد والمتضرر من الفساد «هما طرفان لا بد من الحياد بينهما لتوخي الحقيقة» هو كالمساواة بين المحتل والواقع تحت الاحتلال. الموضوعية لا تعني الحياد، بل تعني الانحياز إلى الحقيقة.

١٣ - ٦ - ثمة توجه عام إلى تفضيل العرض على الخبر، والشكل على المضمون، والدراما والإثارة على الأهمية، والسجال على المعلومة، والابتعاد عن التحقيق الصحفي الجدي الذي يبقى السمة المميزة للإعلام الحر.

١٣ - ٧ - هناك تنازل عن المهنة لصالح العمل والمهنة، وبخاصة عندما يتعلّق الأمر بظروف العمل والأجرة والمكانة وغيرها. وأقول «المكانة» ليس بالمعنى المعهود للمكانة الصحافية، بل بمعنى النجومية التي بات يتيحها الإعلام المرئي للصحافيين، بحيث يصبح المقدم أكثر أهمية من الصحفي العامل وراء الكواليس، وربما أهم من الموضوع الذي يتعامل معه. وقد يصبح الإعلامي المقدم، لا الموضوع ذاته، هو الموضوع. وتنتشر صورة المقدم الفرح بضيفه المعروف الذي منحه شرف أن يقابله إلى درجة تنسيه أن يتابع معه إجابة كاذبة أو غير دقيقة خشية إغضابه. وتنتشر أيضاً صورة أخرى للمقدم الذي يود الانتقام من ضيفه بسبب من أجندة سياسية أو شخصية، فيتحين الفرصة لمضايقته. وثمة أخيراً صورة المقدم غير المؤهل صحفياً، الذي لا يسمع الإجابة بل يتابع الأسئلة كما كُتبت له، من دون الاهتمام بأن الضيف أجاب عليها، ومن دون أن يناقش الضيف في إجابته، أو يصطنع نقاشاً لكي يبدو متمكناً. وطبعاً لا يخلو الأمر من مقدمين مهنيين أيضاً - وهو ما طوّرت وسائل الإعلام المرئية بعد سنوات من المصارعة مع مفهوم مقدم البرنامج ومقدم النشرة.

١٣ - ٨ - تقديم الخدمات المتبادلة بين الصحفي والسياسي الجديد. وقد ذكرنا أعلاه الخدمات المالية المادية. ولكننا هنا نقصد خدمات سياسية مقابل خدمات صحفية، وذلك بأن يزود الثاني الأول بمعلومات تصلح سبقاً صحفياً في المنافسة مع صحفٍ أخرى في مقابل إبراز أخبار هذه السياسي وأعماله بشكل لا يتناسب مع وزنها وأهميتها. نائب الخدمات والواسطة، والسياسي الطائفي، والمسؤول الفاسد، ورجل الأعمال الذي يرغب في شراء موقع سياسي يعود عليه لاحقاً بفوائد مادية؛ هؤلاء هم أعمدة إجهاض الإصلاح السياسي الذين يمنعون تحوّلهم إلى نظام سياسي جديد. وهم مالكو وسائل إعلام وصحافة على صورتهم ومثالهم.

إنه الخيار الصعب: أن تكون أداة في إجهاض عملية الإصلاح بحيث تبقى المبادرة في يد من أطلقه، أو أن توسّع الصحافة عملية الإصلاح نحو نظام أفضل وأكثر عدلاً.

عمان