

## الإعلام العربي وقضايا الهوية الثقافية

قيس جواد العزاوي \*

### مقدمة: ما الإعلام

ارتبط الإعلام منذ البداية بعلوم عديدة مثل اللغويات وعلم النفس والاجتماع والعلوم السياسية والإدارية والقانونية. وهو ميدان متشعب المجالات وقد استقل عن هذه العلوم فأصبح له نظرياته وتقنياته ومنتجاته، ودخلت تكنولوجيا المعلومات لتضيف إليه أبعاداً ما كان أحدٌ يتوقع مدى وعمق تأثيراتها في أوجه الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والخلقية. إن قدرتها وتأثيراتها الإنسان والبيئة معاً تتجلى في مقولة أنصار التكنولوجيا: "العلم يكتشف والتكنولوجيا تطبق والإنسان يتكيف والطبيعة ترضخ، على الرغم من أن معارضيهم يرون أن التكنولوجيا وليدة التغيير الاجتماعي، وأنها ظهرت لخدمته وهي تطلق الحريات ولا تكبلها فالخيار التكنولوجي ممكن طالما أنه يقدم البدائل..

يقدم الإعلام والمعلومات معرفة فعالة قوية، فالقوة كما يراها ميشال فوكو في المعرفة. والمعرفة سلطة تفرض نفسها على المجتمع. وقد عرف الإعلام على أنه سلطة مضادة يوم كان يعبر عن الرأي العام ويعمل على كبح جماح الساسة والكشف عن تجاوزاتهم تجاه الحق العام والمنفعة العامة. بيد أن هذا التضاد قد استوعبته السلطات والشركات الكبرى ونزعت عن الإعلام استقلالته.. وأصبح الإعلام خادماً لسليدين هما المال والسلطة. وهكذا غير الإعلام وظيفته، فبدلاً من أن يكون سلطة في مواجهة أصحاب القرار. لصالح الرأي العام، أصبح الإعلام سلطة على عامة الناس في يد أصحاب القرار.

\* دكتوراه في التاريخ من جامعة السربون (١٩٩٢) باحث ومفكر مقيم في باريس، ورئيس تحرير مجلة "دراسات شرقية".

وبما أن المعرفة الإعلامية لم تعد محايدة وخاصة بعد أن أصبحت سلعة تباع وتشترى وينتفع بها الأفراد والمؤسسات، فإن الفرد لم يعد يتحكم فيها، بل تتحكم فيها المؤسسات، وغالباً ما تكون هذه المؤسسات مؤسسات ضخمة مثل مجتمعات صناعة السلاح الأمريكية "جنرال الكتريك" وهي من أهم موردي العتاد للجيش الأمريكي وهي الصانعة لصواريخ "باتريوت، وتوم هوك، والقاذفة الخفية ف-١١٧ ستليت وقاذفة القنابل ٥٢، وطائرات الأوكس، وقمر التجسس نانستار. وتمتلك أضخم شبكة تلفزيونية أمريكية وهي "إن بي سي" كما تمتلك إلى جانب هذه الشبكة شبكتين تلفزيونيتين أخريين وهما: "سي بي اس" و"اي بي سي". ومؤسسة صناعة السلاح الفرنسية "ماترا" التي تمتلك شبكات إعلامية دولية هائلة التأثير في فرنسا، كما تمتلك أكبر شركات النشر والتوزيع الفرنسية وهي "هاشيت" التي تسيطر بدورها على إذاعة أوروبا رقم ١ وبعض القنوات التلفزيونية.. ومن ناحيتها تمتلك الدولة الفرنسية مؤسسة شركة المياه الفرنسية التي تمتلك بدورها مؤسسة هافاس المالكة للقناة التلفزيونية الرابعة "كنال بولس" وإذاعة "ار تي ل" وهي الإذاعة الأكثر تأثيراً في الرأي العام، وإلى جانب ذلك تمتلك عشرات الصحف والمجلات مثل: كورييه انترناسيونال ومجلة "انتربريز" و"الإكسبسيون" و"الإكسبريس" و"لوبوان" و"لافي فرانسيس" وعشرات دور النشر منها "ديز ديزويت" و"بلفون" و"بوردايس" و"آرموند كولان" التي تصدر المجلة الدولية "السياسة الخارجية" و"دينو" التي تصدر الكتب الاستراتيجية و"ناتان"... إلخ

وبهذا تقتسم الدولة في فرنسا مع شركات السلاح السيطرة شبه الكاملة على الغالبية العظمى لأهم القنوات التلفزيونية والإذاعات والصحف والمجلات وهما معا يقرران بشكل كامل وصارم السياسة الإعلامية في البلاد، فيصدران كلمة الإعلام وحرية وتوجهاته لخدمتهما.. أما المؤسسات الخاصة أو المؤسسات الشعبية المعبرة عن الرأي العام فليس لها سوى هامش إعلامي محدود جداً لا قدرة له ولا تأثير في صناعة القرار.. وهكذا نكتشف أن حرية الإعلام التي تتحدث عنها الدول الديمقراطية ليست سوى وهم يضاف إلى أوام أخرى.

لقد بات الإعلام - كما هو واضح - يخدم استراتيجية مغايرة لتلك التي ظهر لخدمتها، فتحولت الثقافة ونخبها في رأي نعوم شومسكي من كونها تسخر الإعلام



العربي في شكل أحاسيس وقناعات وتأملات؟ هل هو كل ما ييئ على الرغم من أن أغلبه من إنتاج وسائل الإعلام الغربية؟ علماً بأن هذه الوسائل الغربية التي تسيطر على الإعلام العالمي، وتتزايد حدة تأثيراتها، تبث قيمها وقضاياها المعبرة عن مصالحها، والتي تفرض نفسها في نهاية المطاف بوصفها قيماً كونية استهلاكية تقف على حد النقيض من قضايا الهوية والثقافة.

ويمكننا أيضاً أن نتساءل فيما إذا كانت أنظمة المعلومات والأقمار الصناعية وشبكات الإنترنت التي أصبحت اليوم إحدى أنجح الوسائط الإعلامية قد دخلت ميدان الإعلام العربي؟ فإذا ما كان الأمر كذلك فما الذي تشكله الأنظمة والأقمار والشبكات من نسبة البث الإعلامي العربي الإجمالي؟ وهل دخلت بالفعل بوصفها وسيلة ذات تأثير يحسب لها حسابها في الإعلام العربي، وهل ما زال استخدامها محدوداً. ولا يشكل بعد ظاهرة تستحق البحث؟ إن المقاربة الموضوعية لهذه الموضوعات تجعلنا نستنتج من الوهلة الأولى ما يلي:

- إن هامش الإنتاج الإعلامي العربي لتكوين الاتجاهات وإبراز الهوية والثقافة العربية يعدُّ هامشاً محدوداً جداً بالنسبة لما ييئ إعلامياً في المنطقة العربية..
- إن المعلوماتية لم تزل بعد محدودة الاستخدام في الإعلامي العربي..
- إن الغالبية العظمى مما ييئ في المنطقة العربية هو إعلام وافد، وموجه لخدمة النظم السلطوية القائمة.

والسؤال الآن هل ما زالت التوجُّهات العامة للإعلام العربي منصاعة لما هو وافد من إنتاج وسائل الإعلام الغربية مع كل ما تحمله في طياتها من توجهات تدعو للعولمة وتجاوز الهويات المحلية؟ وهل لدينا القدرة الإعلامية التي تتصدى لمواجهة هذه التحديات؟ وهل في إمكان وسائل إعلامنا العربي أن تقدّم لجمهورها المتطلع لمفاهيم مغايرة تعزز الهوية وتدعو إلى التمسك بالثقافة العربية الأصيلة؟

وهل تصح إثارة هذا السؤال على هذا النحو؟ بطبيعة الحال، إذا كان الإعلام العربي مشغولاً بالفعل بهاجس الهوية والثقافة وليس بهواجس التبريرات الأيديولوجية للأنظمة الحاكمة؟

## ١. ظروف الإعلام العربي:

بعد أن حددنا المقصود بالإعلام العربي يتعين علينا أن نلم بظروفه.. فهي التي تحدد في نهاية المطاف وظيفته، وعليها ووفقاً لها يتحرك. ويمكننا أن نعرض لأرضية هذه



القادة المحليين، وتركيز سلطتهم والإشادة بإنجازاتهم، أصبح الوظيفة الأساسية للإعلام العربي، ونتيجة طبيعية لهذا فقد اتجه القادة العرب إلى تكريس خدمات الإعلام لخدمة أمن أنظمتهم أكثر من الدفاع عن أمن الأمة نفسها والحفاظ على شخصيتها وهويتها ومعالجة قضاياها المصيرية... ولعل أفضل الصور المعبرة التي تترجم ذلك نجدها في النجاح المنقطع النظير لاجتماعات وزراء الداخلية العرب، والإهمال الشديد لاجتماعات وزراء الإعلام والثقافة العرب أو حتى مساعديهم، على الرغم من وجود القيم والقضايا المشتركة والتاريخ المشترك والحاضر والتطلع نحو المستقبل المشترك.. فلا وجود لاستراتيجية إعلامية عربية للدفاع عن الذات ومواجهة التحديات الخارجية.

### ثانياً: ما الهوية وما هي قضيتها؟

خطاب الهوية يتفاوت في خصوصياته من موقع لآخر، فللعرب خصوصياتهم التي يبرزونها أمام الآخر الغربي.. وللغرب القديم (أوروبا) خصوصياته أمام الغرب الحديث (أمريكا) ويخشى على هويته من الأمركة، ودخل الغرب القديم نفسه هناك خصوصيات، فالفرنسيون في غالبيتهم يخشون على هويتهم من الهوية الأوروبية. فقد تبين من استطلاع رأي عام أجرته صحيفة "لوفيغارو" أن ٤٨٪ من الفرنسيين يعتقدون أن متابعة التوحيد في إطار الاتحاد الأوروبي يهدد هويتهم الوطنية الفرنسية.

في حين اعتقد ٤٧٪ من الفرنسيين عكس ذلك.<sup>٦</sup>

خطاب الهوية إذاً يُعدُّ خطاباً مشروعاً لا يتنافى مع خطاب العالمية، فالحضارة عالمية والثقافة خصوصية، وبإمكاننا الحديث، في هذا الصدد، عن مجموعة من الهويات، وليست هوية واحدة. والذي نحاول أن نتبينه - بادئ ذي بدء - هو قضية

الهوية في الإعلام العربي، وهنا ينبغي التحديد من جديد أية هوية نقصد؟

فهل المقصود هو الهوية العرقية أو الهوية الدينية أو الهوية الوطنية أو الانتماءات الجغرافية السياسية للشرق عموماً - التي تضم إلى جانب العالم الإسلامي شعوباً آسيوية - أو الهوية الحضارية؟ هنا أيضاً تدعونا الضرورة للتحديد، فلكل من هذه الانتماءات مقتضياتها، ومع ذلك فإن الانتماء إلى إحداها قد لا يتعارض مع الانتماء إلى باقي الهويات. ذلك أن حصيلة هذه الأبعاد بأجمعها وتشمل العروبة والإسلام والشرق والانتماء إلى جغرافية حضارية ثقافية وسياسية محددة حصيلة غير متناقضة وهي عملية إيجابية متوفرة لدى شعوب المنطقة العربية عموماً.



تفرغ من هذه التحديات بشكل يبعد مخاطرها عنها وتبقى القضية المركزية لهذه الهوية هي الحفاظ على الذات العربية ماثلة في الواقع الثقافي العربي، مجسدة تطلعات الأمة وانعقادها.

### ثالثاً: ما الثقافة وما قضيتها؟

ربما يكون مصطلح الثقافة أكثر المصطلحات التي تعرضت للتأويل في الفكرين: العربي والغربي على حد سواء. فما انفك هذا المصطلح منذ عهود كثيرة يثير حوله إشكالات التعريف والتحديد.. فالفوارق بين الثقافة والحضارة فوارق اجتهادية لم تحسم بعد، فتارة تتطابق هذه المصطلحات وأخرى تميزها عن الأخرى وثالثة تتفاوت في امتداداتها. فالألمان يميزون بين الثقافة والحضارة. فهم يجعلون الثقافة تشتمل على المعرفة الذاتية من ديانات وفلسفات وفنون والحضارة تقتصر على إنجازات التقنية والمعرفة العلمية الموضوعية. أما الأنثروبولوجيون الأمريكيون فيرون أنّ الثقافة أوسع من الحضارة، ويرى بعض المفكرين أن الحضارة علمية والثقافة خصوصية.. وفي الفكر العربي فإن ماللك بن نبي يرى أن الثقافة هي المحيط الذي يعكس حضارة معينة والذي يتحرك في نطاقه الإنسان المتحضر. ولسنا هنا بصدد إثارة الموضوع من جديد ولكننا نعتقد أن هذه الإشارة تكفي.. فما قضية الثقافة العربية إذاً؟

ومن الواضح أن القضية الأساسية التي تتبناها الثقافة العربية هي تأمين التواصل بين الماضي والحاضر والمستقبل، والتعبير عن تطلعات عربية اجتماعية مشتركة تجسد هوية الأمة، مع الحفاظ على الأصالة والقيم الإيجابية في الذات العربية والحضارة الإسلامية. لكن الثقافة العربية هذه تحمل أيضاً بصمات أوضاع التخلف والتبعية وتخضع لضغوط الهيمنة الغربية على كل المستويات.. وعليه فإن جانباً كبيراً من الثقافة العربية استهلاكي يعتمد على التقليد والاجترار والسطحية على مستوى الأفكار والقيم، ويتحاشى النقد الجري والتحليل المتعمق والنقاش الصريح.. كما يلتزم الحذر والخجل في إبراز وإظهار معالم الخصوصية وعناصر الأصالة ولذلك فهو قاصر بذاته وعاجز نتيجة عقمه عن مواجهة الآخر.

وحيث إننا نبحث عن دور الإعلام العربي في إظهار الثقافة العربية والإسلامية، فلن تصنيفنا الدهشة عندما نكتشف تأثر ثقافتنا وإعلامنا على حد سواء بالاختراق الثقافي والإعلامي الغربي لمنطقتنا العربية حيث يمارس هذا الاختراق دوره المهدهد لهويتنا. ووسيلته في ذلك كما يراها الجابري في السيطرة على الإدراك: هي الصورة السمعية والبصرية التي تسعى إلى "تسطيح الوعي" وجعله يرتبط بما يجري على السطح من صور ومشاهد ذات





ولهذا فمن الضرورة الملحة إيجاد وقيام نظام إعلامي عالمي جديد يحقق التوازن والعدالة في إنتاج وتوزيع المادة الإعلامية.. ولعل العالم الثالث ومنه منطقتنا العربية هو اليوم بأمس الحاجة لمثل هذا النظام وبخاصة بعد التطورات التي جرت وتجري في العالم الذي أصبح - كما يقال - قرية صغيرة بفعل الثورة العلمية في عالم تكنولوجيا الاتصال وبفعل السيطرة التي تفرضها العولمة على دول الجنوب.