



الأديب و المُفكّر الرَّاحِل رَمَضانَ عَبدِ الرَّحمنِ لَأوَنَد

الإعلام بين الإيجابية
والسلبية الذاتية الموضوعية

الإعلام بين الإيجابية الموضوعية

والسلبية الذاتية

.....

قلنا في مقالة سابقة: أنّ الإعلام عملية اتصالية لكن هذا الوصف على صدقه لا يستطيع أن يقدم صورة شاملة واضحة المعالم لكلمة "إعلام" ذلك لأن الاتصالات التي تتعقد بين الناس بواسطة رموز يأتي في مقدمتها الرمز اللغوي ، يمكن أن تكون لها بواعث متعددة وأغراض كثيرة لا تقع تحت الحصر . فقد ينعقد الاتصال بين مرسل "بكسر السين" ومرسل إليه "بفتح السين" لأغراض مشروعة أو غير مشروعة.. كما يمكن أن ينعقد هذا الاتصال لنقل خبر أو خبرة فنية أو معرفة جديدة وقد يكون في الخبر ما يفرح أو ما يحزن .. وقد تكون الخبرة الفنية ذات فائدة كبيرة أو غير ذات فائدة.. كما تتفاوت المعارف في شمولها وصحتها ودقتها بتفاوت الكفاءات التي تقوم بنقلها وأخيراً قد يكون الاتصال في خدمة أكذوبة من الأكاذيب غايتها تضليل من يتلقاها من الناس.

من هنا حرص خبراء الإعلام على تصنيف أنواع الاتصالات التي تجري بين الأطراف المتعددة فاختاروا تسمية خاصة لكل نوع من الأنواع الاتصالية بحيث يستطيع الدارس لهذا العلم أو لهذا الفن أن يستوعب كل نوع من الأنواع الاتصالية على حدة.. وسيلاحظ السامع أنّ هؤلاء الخبراء قد وضعوا تعريفاً لكلمة "إعلام" ميزوها به من بقية التعريفات التي اختاروا لكل منها اسماً خاصاً وبالرغم من هذا التمييز فإنّ الثابت أنّ كل المعاني المندرجة في مفهوم الاتصال داخله في المعنى العام لكلمة "إعلام" أو لنقل: مندرجة في مفهوم علم الإعلام.

(1) بعض خبراء هذا العلم يقول معرّفًا لوظيفة الإعلام: "أثما تعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو في مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها. ومعنى ذلك أنّ الغاية

الوحيدة من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك". هذا ما ورد في كتاب "الإعلام والاتصال بالجماهير" للدكتور إبراهيم إمام..

وخلاصة القول في هذا التعريف أنّ الغاية من الإعلام هي الإعلام وحسب دون غرض آخر على أن يكون هذا الإعلام مشروطاً بالصدق والموضوعية.

لكن العمليات الاتصالية في الواقع لا تلتزم بهذا النوع من الإعلام الموضوعي وحسب فهناك عمليات أخرى ذات مواصفات مختلفة ترمي إلى تحقيق أغراض متعددة تعدد هذه المواصفات ، منها:

(2) الدعاية، وهي عملية اتصالية تدخل في المفهوم العام للإعلام لكنها تفارق مفهوم الإعلام الخاص الذي ذكرناه في الفقرة السابقة في أنّها عملية اتصالية لا تلتزم بالموضوعية بل تهدف إلى استخدام كل أساليب الاتصال خدمة لمصالح تجارية أو أغراض اجتماعية أو سياسية. وعلى ذلك فإنّ الدعاية لا يتصرف في حدود المعطيات الموضوعية المتوفرة لديه بعيداً عن أي أفكار مسبقة بل يختار القضايا الجدلية أو الإحصاءات التي تخدم أغراضه. وقد يفتعل الوقائع ويؤول النصوص والأخبار التي تساعد على تحقيق هذه الأغراض. وقد يختار حادثة معينة ذات تأثير خاص في عقول الذين يستقبلون دعايته للتوصل إلى إقناعهم بعدالة القضية التي يدعو إليها.

وللدعاية ميادين كثيرة منها ميدان التعليم.. وميدان الخبر الصحفي.. وميدان الإشاعة ثم ميدان الإعلان وقد تكون الدعاية متضمنة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في مناقشة مشكلات اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية. (3) الإعلان: والجدير بالذكر أنّ خبراء الإعلام قد أعطوا الاعلان أهمية خاصة على أساس أنه ذو دور متميز في تسويق السلع والترويج لبعض المنتجات الزراعية أو الصناعية فهو يمثل في البنية العامة للمجتمع قطاعاً بالغ الأهمية.. يكفي أنّ الميدان الاقتصادي يستند إليه في الجانب الأهم من أنشطته المتعددة. والثابت أنّ أهمية الإعلان تزداد أكثر فأكثر في العالم الرأسمالي الذي يستند إلى المنافسة الحرة ويستعين بها للاحتفاظ بمكانته في السوق.

ومن هنا يتبين لنا أنّ الغاية من الإعلان ليست تقديم صورة واقعية للسلعة التي يراد الترويج لها بل الغاية منه تحميل هذه السلعة ولفت الأنظار إلى حسنات لها قد لا تكون متوفرة فيها.

والجدير بالذكر أنّ الإعلان لا يتوجه إلى فكر الإنسان وعقله كما يقول بعضهم بل يتوجه إلى الغرائز ويحاول إثارة الانفعالات التي تشجع على استهلاك السلعة المعلن عنها، أو تبالغ في أحداث الآثار النفسية المطلوبة. وهذا يعني أنّ الإعلان يحتاج إلى إثارة أنواع من الأحاسيس المثيرة بالكلمات المناسبة أو الصور الملائمة أو الألحان. وخلاصة القول في الإعلان أنّه عملية اتصالية تدخل في مفهوم الإعلام العام وتنفرد في أسلوبها والغرض منها مفهوم الإعلام الخاص.

4) غسيل الدماغ: تطلق هاتان الكلمتان على نوع من العمليات الاتصالية دعت إليه الصراعات التي أخذت تعنف أكثر فأكثر بين الدول في حالات الحروب الناشئة بينها تارة وفي حالات السلم تارة أخرى. كما تدعو إليه الصراعات الناشئة بين الحزب الحاكم وبين الأحزاب المعارضة له داخل الدولة الواحدة. والواقع أنّ غسيل الدماغ يعتمد على الضغوط المعنوية والمادية والغرض منه هو إقناع من يتلقى هذا الأسلوب من العمليات الاتصالية بالتخلي عن مذهبه في الفكر والتنازل عن إيديولوجياته التي تتعارض في أبعادها مع إيديولوجيات الذين يمارسون هذه العملية.

والجدير بالذكر أنّ غسيل الأدمغة يتم ببعث الشكوك في نفس الضحية وإثارة قلقه النفسي وغرس إحساسه بالذنب بحيث يشعر في النهاية بالضيق فيصبح مستعداً لتقبل الأفكار التي تلقن له.

والثابت أنّ عمليات غسل الدماغ لم تعرف في العصر الحديث وحسب بل مورست منذ قرون عديدة. وقصد بها تحقيق تحولات دينية أو سياسية أو اجتماعية في نفوس من يتعرضون لها وإذا كان هناك فرق بين ما كان يجري في الماضي وبين ما يجري في الحاضر فهو أنّ الأساليب الحديث قد تكون أكثر مهارة وقدرة في التسلط على النفوس بفضل الخبرات والمعارف العلمية التي تراكمت في ظل العلوم الإنسانية المتطورة والظاهرة المشتركة بين الماضي والحاضر هي ظاهرة الضغط والقسر اللذين قد يبلغان درجة القسوة والتعذيب.. لقد كانت محاكم التفتيش في القرون الوسطى تستند إلى كل من التعذيب والإيحاء على نحو قد يخلو من الخبرة بالنفس البشرية خبرة كافية. أما خبراء غسيل الأدمغة في هذا العصر فإنهم وإن لم يسقطوا عامل القهر والتعذيب لكنهم في الوقت نفسه أصبحوا أكثر خبرة بأسرار النفوس ومهارة في التعامل معها.

أما في عصور ما قبل التاريخ الميلادي فقد كان رجال السياسة يستعينون بكهان يستخدمون أساليب السحر والعرافة في التأثير على الناس وإقناعهم بعبادة إله معين لأنّ هذا الإله كان عنواناً على السلطة الحاكمة وحامياً لها. فإذا انتقلنا إلى العصور الإسلامية واجهتنا في بعضها جمعيات سرية تستخدم الحوار الذكي وتستفيد من سداجة بعض الناس أو تعتمد على أزماتهم الاجتماعية والنفسية بغرض تعبئتهم وتجنيدهم في خدمة أهدافها الثورية. وفي حوليات التاريخ الإسلامي وقائع وأخبار تتحدث عن الأساليب التي كانت تتخذها هذه الجمعيات خدمة لأغراضها. ومن أبرز هذه الوقائع تلك المنسوبة إلى جماعات الحشاشين التي تزعمها في فترة من الفترات الحسن الصباح والذي يقال عنه أنه كان يستعين بمادة مخدرة يقدمها لمن يختارهم من الفتيان حتى إذا أفقدتهم الوعي أمر بنقلهم إلى جنان يجدون فيها بعد عودة الوعي إليهم ، كل ما يرضي شهواتهم ويشبع رغباتهم من نعيم الحياة ورفاهها.. فإذا أخرجهم بعد ذلك من هذه الجنان بالطريقة التي أدخلهم بها إليها وعدهم بالعودة إليها مرة أخرى ولا بد أنّ هم أخلصوا النية له وعملوا صادقين على خدمته.

وخلاصة القول في عمليات غسيل الدماغ أنّ أصحابها لا يتورعون عن اللجوء إلى أي وسيلة من الوسائل ترغيباً وترهيباً لتحقيق الغرض المطلوب من هذه العمليات، الذي هو السيطرة على العقول وتحويل المعتقدات وأنماط السلوك غير المرغوب فيها إلى معتقدات ووجهات جديدة.

(5) الشائعات: والشائعات سلاح قديم حديث ذلك أنه متصل بطبيعة التكوين النفسي أنها مزيج عجيب من الوقائع والتخيلات التي لا يمكن فصل بعضها عن البعض الآخر. والجدير بالذكر أنّ الشائعات في كل عصر تلعب دوراً كبيراً في توجيه الناس وتحميل الواقعة التي تروي فوق ما تحتمل ويقول الخيران الإعلاميان ألبرت وبوستمان أنّ سريان الشائعة يخض لشرتين أساسيين: أما الشرط الأول فينطوي على أهمية الواقعة التي تحملها الشائعة إلى الناس في نظر المستمع أو المشاهد. وأما الشرط الثاني فهو الغموض الذي يغلف الواقعة ويرافقها. والغموض قد ينشأ نتيجة انعدام الأخبار المتعلقة بالواقعة أو اقتضاها أو عدم الثقة بها أو نتيجة التوترات الانفعالية التي تجعل الفرد عاجزاً عن تقبل الوقائع الصحيحة التي تقدمها الاخبار إليه.

والملاحظ أنّ الشائعة تنمو أكثر فأكثر كلما انتقلت من شخص إلى آخر، وبهذه المناسبة أذكر ما حدث في يوم من أيام عام 1936 في بيروت حين خرج الناس في تظاهرة يطالبون فيها السلطات الفرنسية بالخروج من لبنان. فقد واجه رجال الأمن جمهور المتظاهرين في ساحة الشهداء بإطلاق رصاص كثيف في الجو فسقط ضحية رصاصة طائشة قتيل واحد كما أصيب عشرة أشخاص بجروح طفيفة وتفرق الناس لكنّ الأخبار التي تناقلتها الأفواه لم تلبث بعد ساعة واحدة أنّ رفعت عدد الضحايا عند سكان حي في طرف المدينة إلى خمسة وسبعين قتيلاً ومئات من الجرحى.

والملاحظ أنّ السبب في تضخم الأخبار هو الرغبة الدفينة عند المواطن في تشويه سمعة السلطة من ناحية ثم الغموض الذي أحاط بالحادث بسبب انعدام الأخبار الصحيحة.

من هنا يتبين لنا أنّ الدلالة التعبيرية للإشاعة ليست دلالة معرفية يقينية بل هي نوع من التعبير الانفعالي الذي يقصد به خلق جو نفسي معين يتوافق مع الرغبات الدفينة عند من يتلقاه كما هو عند من يرسله إلى من حوله.

(6) الحرب النفسية: والشائعة ترتبط بالحروب النفسية التي تشنها الدول المتحاربة. أما الغاية منها فهي كما يقرر الإعلاميون: أولاً: إثارة روح الانقسام في صفوف العدو وتحطيم معنوياته والحض على كراهيته.

ثانياً: تقوية الجبهة الداخلية ورفع الروح المعنوية، وتعميق الإيمان بقضية الوطن وتأبيدها.

ثالثاً: كسب ود الدول المحايدة وإقناعها بعدالة القضية التي تحارب من أجلها وتأكيد الإيمان بالنصر.

رابعاً: توثيق أواصر الصداقة والإخاء مع الدول الحليفة.

والثابت من خلال الأغراض التي تقصد الحرب النفسية إلى بلوغها أنّ الشائعات تلعب دوراً كبيراً في توهين عزائم الأعداء وتنمية إرادة النصر في الجبهة الداخلية بالإضافة إلى خلق جو من الثقة بأحد الطرفين المتحاربين عند المحايدين وتوثيق العلاقة مع الحلفاء.

والجدير بالذكر أنّ اختيار الألقاب والعبارات التي يتجاوب مضمونها مع الميول النفسية عند الجماهير مصدران أساسيان من مصادر الإشاعة التي تشوه سمعة العدو وتعطي عنه صورة كريهة ترضى ميول الناس وتستجيب لرغباتهم الدفينة. فالحلفاء مثلاً في الحرب العالمية الأولى كانوا يقبلون قيصر ألمانيا فيلهلم الثاني باسم "كلب أوروبا المجنون" .. بينما كان الألمان ينعنون تشرشل في الحرب العالمية الثانية بعبارة "السكّير وبرميل النبيذ والمغفل والمجنون والمخرف والكسول والكذاب .. إلخ".....

والذين يخوضون الحرب النفسية لا يدعون سلاحاً من الأسلحة الدعوية إلا ويستخدمونه فهم يبحثون عن مواطن الضعف عند العدو فيضخموها ما وسعهم ذلك. فإذا لم يجدوها اخترعوا الأخبار والوقائع والصفات التي تساعد على تشويه صورة العدو. فإذا توجهوا إلى الجبهة الداخلية أحاطوا قادتها بهالات من العظمة والتقدير من مثل تلك الهالة التي كانت الدعاية البريطانية تحيط بها الملكة فكتوريا. فقد كانت تقدمها إلى الناس على صورة شابة جميلة متواضعة بريئة، ذات شعر ناعم، وحدود وردية يحيطها الجميع بالحب والولاء ويعطف عليها الجميع لأنها ملكة عظيمة. وهذا يعني أنّ الأكاذيب والأساطير تلعب دوراً كبيراً في خوض الحرب النفسية بين الأطراف المتعادية.

وخلاصة القول أنّ التسميات التي أثبتناها في الفقرات السابقة تدخل كلها في مفهوم "الإعلام العام" لكن الدراسة التفصيلية لهذا القطاع الهام من النشاط الإنساني، والذي يعتبر في نظر المفكرين العلامة المميزة لمسيرة الحضارات البشرية، فرضت على الدارسين وضع قواعد دقيقة تميز الأنشطة الإعلامية المتعددة بمواصفات خاصة يتمكن معها الدارس من عزل الجانب الإيجابي البناء من الإعلام عن الجوانب السلبية. ومن هنا أطلقت كلمة "إعلام" على العملية الاتصالية الموضوعية الملتزمة بالصدق في نقل الخبر أو الخبرة أو التحليل. أما التسميات الأخرى فهي كما قلت داخلة في مفهوم الإعلام العام لكنها خارجة عنه في مواصفاتها والأغراض المطلوبة منها في الوقت نفسه الذي تصدق فيه عليها تسمية "العملية الاتصالية" التي هي التعريف العام لعلم الإعلام.

