

ملف العراق

الفصل الأول: غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي.

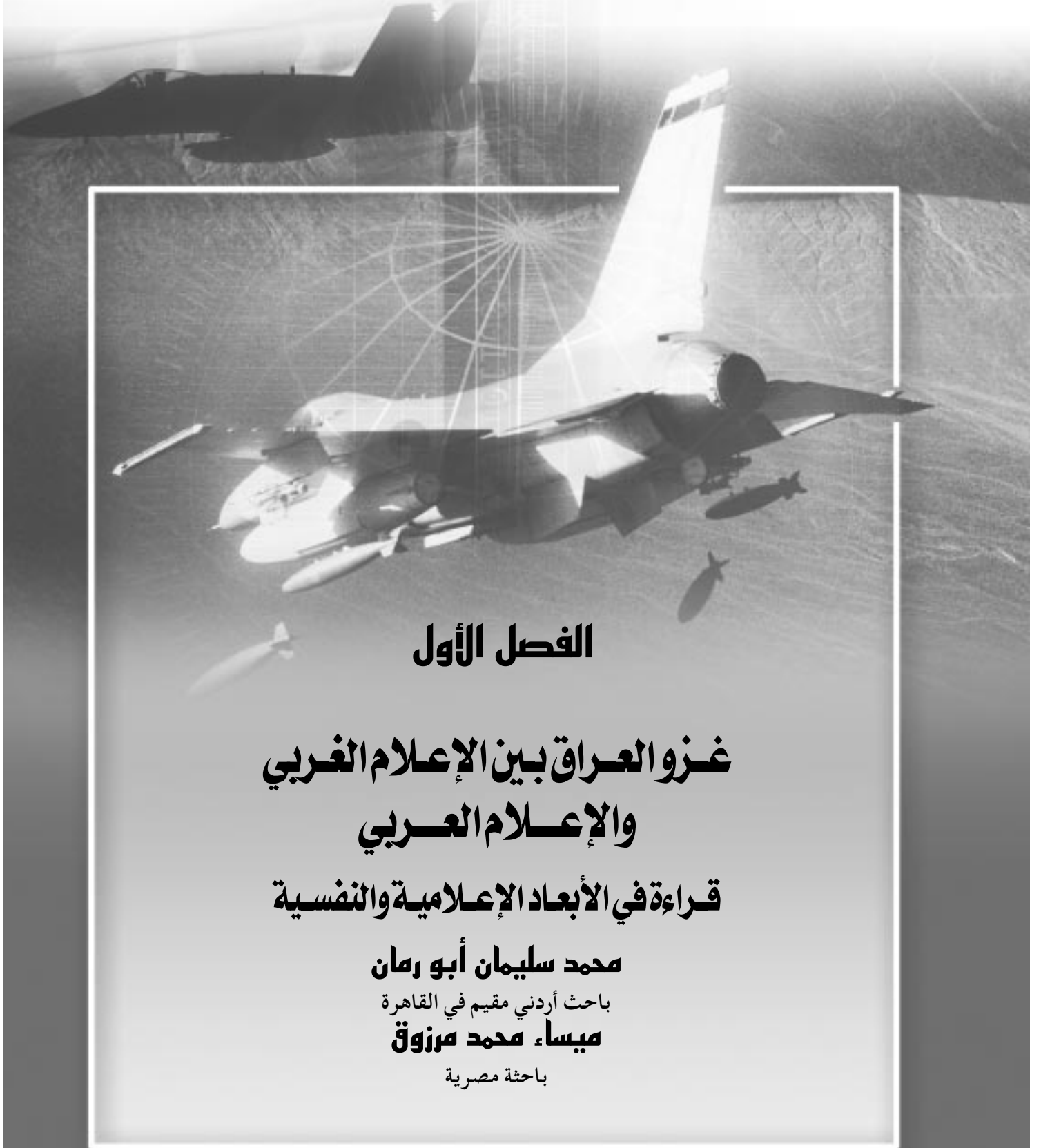
الفصل الثاني: أهل السنة والجماعة في العراق.

الفصل الثالث: معالم التغيير المتوقعة في المنطقة العربية بعد احتلال العراق.

الفصل الرابع: الدور الإسرائيلي في العدوان على العراق.

الفصل الخامس: الحرب على العراق وتوازن القوى الدولي.

الفصل السادس: مستقبل الوجود الأمريكي في العراق.



الفصل الأول

غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي

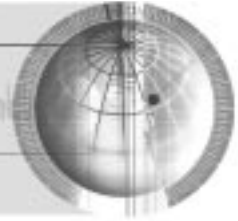
قراءة في الأبعاد الإعلامية والنفسية

محمد سليمان أبو رمان

باحث أردني مقيم في القاهرة

ميساء محمد مرزوق

باحثة مصرية



غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي قراءة في الأبعاد الإعلامية والنفسية

محمد سليمان أبو رمان

ميساء محمد مرزوق

مقدمة:

تنامي في السنوات الأخيرة دور وسائل الإعلام في مجال التأثير في المجتمعات والأفراد بشكل كبير وخطير؛ في ضوء ما بات يُعرف بثورة التكنولوجيا والاتصال، والتي تشكل معلماً بارزاً من معالم العولمة. بيد أن حدود التأثير الإعلامي لم تقف عند الجوانب الاجتماعية والثقافية، وإنما امتدت لتشكّل بعداً رئيساً في الحياة السياسية في مختلف دول العالم، كما أصبح الإعلام عاملاً مؤثراً في الحروب الأخيرة.

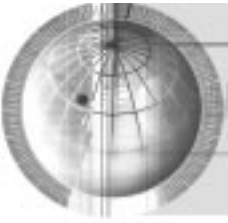
كما ازداد بشكل كبير اهتمام العلماء والخبراء بما يُعرف بالحرب النفسية، والتي يشكّل الإعلام والدعاية قطب الرحى فيها، خاصة في السنوات الحالية، والتي بدأنا نسمع فيها عما يُسمّى بحروب الشبكات NET WARS، أو الحرب الافتراضية، وقد وصل توقُّع بعض الخبراء أن الحروب المستقبلية ستعتمد بشكل كبير على الجانب الإعلامي، وستصبح القوة الإعلامية العامل الحاسم فيها.

لقد شكّلت حرب العراق الأخيرة وما تلاها من أحداث مرحلة جديدة في دور الإعلام في الحرب؛ أُطلق عليها بعض المحللين والخبراء «حرب الفضائيات»؛ نظراً لأن الدور الإعلامي البارز فيها كان للفضائيات، والتي نقلت المعارك وتفاصيلها للمشاهدين في كل العالم أولاً بأول، ولأول مرة في التاريخ البشري.

إلا أن ميزة الحرب الأخيرة لم تقف عند حدود دور الفضائيات، وإنما يضاف إليها ميزة جديدة، وهي بروز دور كبير وفعّال للإعلام العربي من خلال بعض القنوات الفضائية، والتي بدت على درجة متميزة من الاحتراف والمصدقية والموضوعية؛ مما أدّى إلى لفت الانتباه لتحيز الإعلام الأمريكي وجزء كبير من الإعلام الغربي الذي كان يزعم سابقاً المصدقية والحرية والموضوعية.

في الصفحات التالية سنحاول تقديم قراءة نقدية لدور كل من الإعلام العربي والغربي في الحرب العراقية الأخيرة، وما يرتبط بالموضوع من أبعاد الحرب النفسية والفكرية والأهداف السياسية التي حاول الإعلاميون تنفيذها في الحرب، مع إشارة إلى حالة الإعلام الإسلامي والتحديات التي تواجهه في المرحلة القادمة؛ من خلال عدة محاور رئيسية:





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



ملف العراق

المحور الأول: وقد تناولنا فيه مفهوم العولمة، وثورة الاتصال والتكنولوجيا وأبعادها الاقتصادية والثقافية والسياسية على مستوى العلاقات الدولية وعلى المستوى الداخلي، ثم تساءلنا عن حالة الإعلام العربي في ثورة المعلومات والاتصال؛ محللين أبرز التحديات التي تواجهه.

في حين تناولنا في المحور الثاني: دور الإعلام في الحروب من ناحية نظرية، وما يتعلق بمفهوم ذات صلة رئيسة بهذا الموضوع؛ كالحرب النفسية ودور الدعاية في الإعلام المعاصر، مع إشارة خاصة إلى الإعلام الأمريكي.

وتناولنا في المحور الثالث: الحرب الإعلامية والنفسية في الغزو الأمريكي للعراق في المراحل الثلاث: (التمهيد للغزو، فترة الحرب، وما بعد الحرب)، وحاولنا استقصاء الظواهر الإعلامية في هذه الحرب، ودور كل من الإعلام العربي والغربي، والأبعاد النفسية والفكرية المرتبطة بدور الإعلام.

أما المحور الأخير: فقد انتقلنا فيه إلى الإعلام الإسلامي وحالته في ضوء التطورات الأخيرة لدور وسائل الإعلام في ظل ثورة الإعلام والتكنولوجيا؛ متتبعين دواعي الاهتمام به، وخصائصه العامة، ومراحل تطوره في العقود الأخيرة، وأخيراً أبرز التحديات التي تواجهه، وتتطلب من أهل الشأن والاختصاص بناء رؤية استراتيجية للتعامل معها.

أولاً: العولمة وثورة الإنضميديا:

يشهد العالم اليوم تسارعاً غير مسبوق في معدلات انتقال السلع والخدمات عبر الحدود، وإزالة الحواجز الجمركية وغيرها، وإعمال قواعد اقتصاديات السوق، وتوجهاً عاماً نحو اندماج الاقتصاديات القطرية في حركة الاقتصاد العالمي، وانطلاق حرية الوصول إلى الأسواق، وتدويلاً متزايداً لأدوات الإنتاج، مع التركيز على دور الدولة في تنمية الأنشطة الداعمة للاقتصاد؛ مثل التعليم والصحة ونشر التكنولوجيا المتقدمة، وأصبح من المتداول الإشارة إلى مجمل هذه العناصر بـ«العولمة».

وتنطوي هذه الظاهرة في جوهرها الاقتصادي، كما في إطارها الفكري، على انعكاسات تمس العملية الإعلامية-الثقافية، وخاصة ما ترتب منها أو ما يترتب على حرية الوصول إلى الأسواق وانتشار تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات المتقدمة^(١).

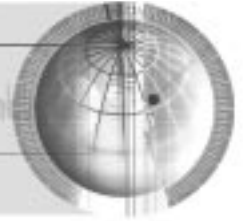
وتستند الثورة التكنولوجية الاتصالية الراهنة على عدة مرتكزات رئيسة، تشمل ظهور ما يُسمّى بالاتصال المتعدد (multi-media)، والذي يركز على تطور الحاسبات في جيلها الخامس، الاتصالات السلكية التي تضم

(١) انظر: رؤية عربية مشتركة مرفوعة إلى اللجنة الدائمة للإعلام العربي في دورة انعقادها المعتاد (٦٦)، «العولمة والإعلام العربي»، الدراسات الإعلامية، ص ٦٠.





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



(التلغراف) الهاتف، التلكس، الطباعة عن بعد، الراديو، التلفزيون، أجهزة الاستشعار عن بعد، الميكرويف، الأقمار الصناعية، والحاسبات الإلكترونية، والألياف البصرية، وأشعة (الليزر)، كما ظهرت شبكات المعلومات العالمية ومن أبرزها الإنترنت .

وقد تبلورت الثورة التكنولوجية، في مجال الاتصال والمعلومات، في بنى عالمية عملاقة تنتشر كأنها نسيج عنكبوتي، وتتجسد فيما يعرف بـ (الثلاثي التكنولوجي) الذي يتقاسم مع مجلس إدارة اقتصاد العالم السلطة المطلقة في تسيير شؤون العولمة والتحكم في مساراتها. ويقصد بـ (الثلاثي التكنولوجي): أقمار البث المباشر، وشبكات المعلومات الدولية، والاتصالات اللاسلكية (الهواتف)، أما مجلس إدارة اقتصاد العالم فيتكون من: الدول الثمانية الكبار، والثلاثي المعروف: (البنك الدولي) و (صندوق النقد الدولي) و (منظمة التجارة العالمية).

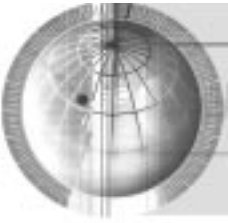
الأمر الذي يعبر عن ملاحظة جوهرية، وهي: اعتبار بث الإنتاج الإعلامي من الأنشطة الاقتصادية التي تطبق عليها قوانين السوق، كما تتطلب إدارة اقتصادية، والاندماج بين كبرى شركات المعلومات والاتصالات، وكذلك فيما بين شركات ومؤسسات الإنتاج الإعلامي والتوزيع والتسويق، ونشأة المناطق والمدن الحرة للإنتاج والبث الإعلامي .

في حين تهيمن الشركات المتعددة الجنسية على صناعة التكنولوجيا المتقدمة بشقيها الاتصالي والمعلوماتي وتوزيعها، وتتنمي هذه الشركات إلى كل من الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا وألمانيا واليابان وهولندا وكندا. وتسيطر أكبر ١٥ شركة أمريكية في مجال الإلكترونيات على ٧٥٪ من الإنتاج الصناعي والإلكتروني العالمي في مجال الاتصالات .

ويشير الخبراء والمتخصصون إلى جملة من النتائج والآثار المترتبة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ منها: أولاً: ظهور ما يعرف بظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية .

ثانياً: حدوث تغيرات نوعية في أنماط ومستويات الخدمة الإخبارية التي تقدمها وسائل الاتصال سواء المرئي أو المسموع أو المقروء؛ بحيث أصبح هناك استحالة لإخفاء أي حكومة للأحداث التي تقع داخل حدودها في إطار الثورة الراهنة لتكنولوجيا الاتصال، وتطور الطابع الدولي لوسائل الاتصال، وتطور الوظيفة الإخبارية المستفيدة من البث التلفزيوني المباشرة عبر الأقمار الصناعية .

ثالثاً: ظهور ما يعرف بدبلوماسية الأقمار الصناعية والإعلام الإلكتروني بدلاً من الدبلوماسية التقليدية، وقد شهدت التسعينيات استخدام صانع القرار لهذه الآلية الجديدة عنصراً أساسياً في اتخاذ القرار أثناء إدارة الأزمات الدولية، ولعل أبرز الأمثلة: أزمة الخليج وتطورات القضية الفلسطينية بعد اتفاقات أوسلو، ويرى



بعض الكتّاب السياسيين أن برامج C.N.N تؤثر بصورة أكثر فاعلية في قرارات الرئيس الأمريكي من مذكرات مستشاريه ووزير خارجيته .

رابعاً: أصبح التلفزيون والكمبيوتر يمارسان أدواراً غير مسبوقة، سواء في استطلاعات الرأي أو إدارة الانتخابات، ولقد تمت في النرويج أول تجربة انتخابات إلكترونية عام ١٩٣٢ م .

من ناحية أخرى؛ يمكن حصر الجوانب السلبية لانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يأتي:

١- زيادة الفجوة الاتصالية بين الشمال الغني والجنوب الفقير على مستوى العالم، وبين الريف والحضر داخل دول الجنوب على وجه الخصوص؛ مما أدى إلى تزايد الخلل في التدفق الإعلامي والمعلوماتي من طرف الشمال الغني إلى الجنوب الفقير .

٢- انهيار السيادة القومية للإعلام في ظل انهيار المفاهيم التقليدية حول القومية الحديثة؛ مثل السيادة على الفضاء والحدود، وصنع السياسات الإعلامية، وظهور تقسيمات جديدة للعالم قائمة على أساس الجغرافيا الفضائية .

٣- الاتجاه لتفتيت الاتصال الجماهيري من أجل تنويع الخدمة الإعلامية؛ من خلال التركيز على الفرد الذي أصبح هدفاً رئيساً للاتصال الإلكتروني، ومن ثمّ أدى إلى حدوث تفكيك في منظومة العلاقات والقيم الاجتماعية^(١) .

٤- أدى تركّز تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دول الشمال الغنية إلى تحول دول الجنوب إلى سوق للاستهلاك الإعلامي والإعلاني، وتجنّس ذلك في زيادة اعتماد دول الجنوب على البرامج الإخبارية والمسلسلات والإعلانات الغربية، وعلى الأخص الأمريكية، وقد ترتب على ذلك: الهيمنة الاتصالية لدول المركز - المتحكمة في العولمة - على دول الأطراف، كما أدى إلى تدفق الثقافة المركزية الغربية والمعلومات بلا ضوابط، وفي إطار تنافس تجاري بحت^(٢) .

لقد أدركت الولايات المتحدة، منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، أهمية قطاع الإعلام والاتصال للسيطرة على «مجتمع الإعلام» الذي سوف يكون كما يقال: «مجتمع القرن القادم»، وحاولت أن تتدخل مالياً وسياسياً أو دبلوماسياً في هذا القطاع الذي تعتبره استراتيجياً للحفاظ على نفوذها في العالم؛ مما يفسر لنا احتلال قطاع الاتصال اليوم المركز الرئيسي في اقتصاديات الولايات المتحدة^(٣) .

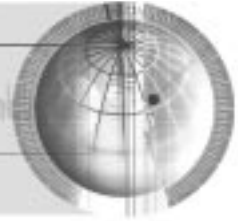
(١) انظر: د. عواطف عبد الرحمن، «حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة»، الدراسات الإعلامية، عدد (٩٣)، أكتوبر-ديسمبر ١٩٩٨م، ص (٦٧-٧٠).

(٢) انظر: المرجع سابق ص (٧١-٢٧).

(٣) د. من العبد الله سنو، «العرب في مواجهة تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال»، المستقبل العربي، عدد (٢٣٠)، أبريل (١٩٩٨)، ص (٣٨).



غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



مفهوم العولمة الإعلامية:

يعرّف هيربرت شيللر، صاحب المساهمات المتميزة عن الاستعمار الثقافي، «عولمة الإعلام» بأنها تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية (عابرة للجنسيات) التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي. ويؤكد شيللر أن أسلوب الإعلان الغربي ومضمون الإعلام يدفع إلى التوسع العالمي لثقافة الاستهلاك؛ عبر إدخال قيم أجنبية تطمس أو تزيل الهويات القومية والوطنية.

ويمكن القول بأن «مفهوم عولمة الإعلام» يشير إلى عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات؛ بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم - من ناحية -، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات العملاقة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة الدولة ودورها في المجالين الإعلامي والثقافي - من ناحية أخرى - (١).

وظائف الإعلام العولمي:

مع التطورات التي يشهدها العالم المعاصر؛ تبرز الأدوار الجديدة للإعلام والاتصال المعاصر؛ سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي والاجتماعي.

وباستعراض هذه الأدوار الجديدة (٢):

١ - أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمؤسسات التربوية الأخرى، وصار يقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية، والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وأيديولوجيتها.

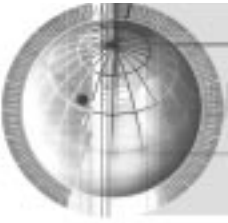
٢ - أخطر الأدوار، ما يقوم به الإعلام من تشكيل أنماط معينة من السلوك الإنساني، وتهميش أنماط أخرى من خلال لغة الصورة ورموزها، ويبرز ذلك فيما يقوم به الإعلام من اختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب من خلال المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات الأمريكية، كما يقوم باستقطاب النخب المثقفة للترويج لفكر العولمة وأيديولوجيتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات.

٣ - أصبح يُنظر إلى الإعلام باعتباره المعيار الذي تقاس به كفاءة الأداء السياسي والاقتصادي للنظم المعاصرة، فهو يقوم بدور أساسي في الترويج للسلع والخدمات التي تقدمها السوق العالمية، وهذا يفسر لنا

(١) د. ماجدة صالح، «الأثار الإعلامية والثقافية للعولمة على دور المنطقة وإمكانية مواجهتها»، في صلاح سالم زرنوقة (محرر) العولمة والوطن العربي، قضايا التنمية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية (القاهرة: ٢٠٠٢م)، ص (٢١٢-٢١٣).

(٢) د. عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص (٧٤-٧٥).





السيطرة الشاملة على صناعة الاتصال والمعلومات والاتصالات اللاسلكية من قبل الشركات متعددة الجنسيات، في إطار سعيها للتحكم الكامل في السوق العالمية.

تحديات الإعلام العربي في عصر العولمة:

بينما ينطلق العالم في ظل ثورة المعلومات والإعلام والتكنولوجيا، إلى آفاق رحبة ومجالات حرة، وسموات مفتوحة؛ يواجه الإعلام العربي في ظل العولمة جملة من التحديات؛ من أبرزها^(١):

١ - ثورة المعلومات: والأمة العربية في حاجة ماسة إلى مواكبة هذه الثورة؛ حتى لا تتسع الفجوة بينها وبين دول العالم المتقدم، وحتى تكون قادرة على الاستفادة من تبادل المعلومات فيما بينها - من ناحية -، وفيما بينها وبين شبكات المعلومات في العالم - من ناحية أخرى -، أضف إلى ذلك أنه في ظل هذه الثورة المعلوماتية ينشأ واقع جديد يستدعي اهتمامنا، ويثير مشكلات متعددة، ويطرح التساؤلات الآتية:

أ - مسألة التحكم، فالتحكم اليوم في التقدم التكنولوجي من الأشياء الصعبة.

ب - مسألة الأمن، فالاختراق أصبح أكثر فأكثر. . في ظل تشعب مجال الشبكات الكبرى للاتصال.

ج - مسألة السيادة الوطنية، والتي تأثرت باتساع مجال دائرة تنقل الإعلام عبر العالم، وتدقق المعطيات العابرة للحدود، فاستدعى ذلك إعادة النظر في مفهوم السيادة الوطنية.

٢ - الثورة التقنية المتجددة والمتسارعة: مما لا شك فيه أن درجة تطور النظام الاجتماعي والاقتصادي؛ هي التي تحدد إمكانات الاستفادة المثلى من البدائل والخيارات التي توفرها هذه التقنيات الحديثة في مجال الاتصال والإعلام.

ومن ثم؛ فإن حيازة الدول العربية لهذه التقنيات؛ هي في سلم أولويات التنمية الوطنية، إلا أن العبرة هنا تكمن في قدرة الدول العربية على ابتكار أنماط التقنية التي تشبع احتياجاتها الأساسية، وعلى قدرتها على اكتساب التقنيات الوافدة وإدارتها وتعديلها بما يتلاءم مع بيئاتها المحلية ويخدم أهدافها التنموية، وهذا الأمر يتصل بالإعلام مباشرة، سواء من حيث تحديث وسائله التقنية التي يعمل بها وابتكار أنماط جديدة، أو من حيث أهمية توطين الصناعات المتقدمة اللازمة للعمل الإعلامي.

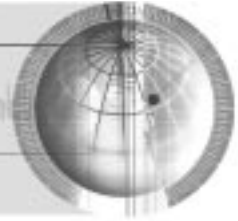
٣ - ثقافة الاختراق، وضرب الثقافات الوطنية: إذا كانت العولمة تسعى إلى صياغة ثقافة كونية شاملة تغطي مختلف جوانب النشاط الإنساني، وتتطلع إلى تكوين الإنسان العالمي المبرمج ذي البعد الواحد المؤمن بأيدولوجية السوق العالمية والمتوحد مع مصالحها ورموزها وشعاراتها؛ فمن المؤكد - كما قال د. محمد عابد الجابري في كتابه (المسألة الثقافية) - أن ما يستهدفه هذا النوع من الغزو الثقافي من قيم وأذواق ومختلف أنماط

(١) رؤية عربية مشتركة مرفوعة إلى اللجنة الدائمة للإعلام العربي، مرجع سابق، ص (٦٠ - ٦١).





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



السلوك، وهو الأمر الذي ينعكس أثره حتماً وبصورة مباشرة في الفكر العربي نفسه، ويستهدف من ثمّ تسطيح الوعي؛ بالسيطرة على الإدراك، وتكوين غمط في الاستهلاك يخرّب الإدخار، ويعوق التنمية في البلدان المسماة نامية.

ومن ثمّ؛ فإنّ الإعلام العربي يستشعر مسؤوليته المضاعفة في الحفاظ على الهوية الثقافية للأمم في عصر الأقمار والطريق السريع للمعلومات.

٤ - الثورة الثقافية والعلمية: والتي يشهدها العالم تحت مسمّى «ثقافة الاتصال الإلكترونية» تدفع إلى الاهتمام بتطوير حجم الانتاج الإعلامي والثقافي العربي، من حيث المضمون والشكل، وذلك حتى تكون قادرة على تأكيد وجود الأمة العربية الثقافي إلى جانب ثقافات الشعوب الأخرى، وبالتالي تكون قادرة على التفاعل معها بكفاءة وعلى قدم المساواة.

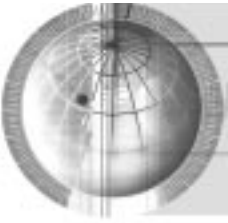
٥ - بدء عصر الكيانات الكبيرة والتجمعات الإقليمية: كإحدى السمات البارزة في القرن ٢١، والذي يحتم على الأمة العربية أن تكون كيانياً كبيراً وسط هذه الكيانات؛ خصوصاً أنها تملك المقومات اللازمة لذلك؛ مما يضع على عاتق الإعلام العربي مسؤولية إبراز أهمية التضامن العربي وبلورة الرؤية المشتركة التي تحدد المصالح العليا للأمم العربية في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وأهمية العمل العربي المشترك في ضوء هذه الرؤية.

د. أديب خضور في كتابه (الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين)؛ يرى أن السمة البارزة للإعلام العربي الراهن هي تبعيته المطلقة والكاملة للأنظمة العربية السائدة. ويرى أن الاستثناءات في هذا المجال هي حالات محدودة جداً، وضعيفة جداً، وهشة جداً. وبما أن الأنظمة العربية السائدة منهكة في ضمان استمراريتها؛ فقد تحولت وسائل الإعلام الجماهيري العربية إلى مجرد أدوات تابعة لهذه الأنظمة^(١).

- فعلى صعيد الصحافة العربية: تقدم صورة غير واقعية عن الواقع، يمكن أنها تقدم وعياً زائفاً، وهو الأمر الذي أدى إلى هيمنة خطاب رسمي بيروقراطي، سطحي ومدجن وعقيم، وإن كان ذلك يبدو أكثر وضوحاً في الصحف الرسمية، فالصحف المعارضة أصبحت مصدراً ثرياً، وأثر ذلك في القارئ العربي، فأصبح في شك وحيرة بين ما تنشره الصحف الرسمية وبين ما تقدّمه بعض صحف المعارضة من كشف للحقائق أو مغالاة، في حين شهدت السنوات الأخيرة انتشاراً لعدة صحف عربية بدأت تكتسب طابعاً عالمياً احترافياً.

- وفي مجال وكالات الأنباء العربية: ليس من قبيل المبالغة أن معظم الأنظمة العربية حولت وكالات الأنباء المحلية العربية إلى أداة لإحكام الرقابة، وتشديد القبضة، وتعميق وترسيخ الرؤية الواحدة، والموقف الواحد،

(١) محمد إبراهيم، «الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين»، الدراسات الإعلامية، عدد (١٠١)، أكتوبر-ديسمبر (٢٠٠٠م)، ص (١٥٩-١٦٠).



فزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



وأسلوب التغطية الواحد، وهو الأمر الذي حال دون أن تصبح وكالة الأنباء المحلية مصدراً لإغناء الخطاب الإعلامي المحلي، وفي أن تقدم معلومات ووقائع تساعد وسائل الإعلام الجماهيري على أن تكون المصدر الأول والأسرع والأصدق لإيصال المعلومة إلى القارئ والمستمع والمُشاهد.

إلا أنه برزت عدد من الفضائيات العربية في الآونة الأخيرة؛ قدمت نفسها بشكل قوي على الساحة الإعلامية (كالجزيرة، العربية، وغيرها)، وتحاول أن تشب عن قيود التضييق الإعلامي وحدود المكان؛ مراعية التطور في وسائل نقل المعلومة، وسرعة الخبر، والجرأة في التعبير عن الآراء؛ لدرجة أنها أصبحت مصدر المشاهد العربي الأول، واكتسبت صفة العالمية.

- أما في مجال الإذاعة: فعلى الرغم من الدور الذي لعبته الإذاعة العربية كوسيلة اتصال حيوي وجذاب وفاعل مؤثرة سياسياً ومعرفياً وثقافياً، وفي أواسط الخمسينيات ساهمت في دعم حركات التحرر الوطني والاستقلال من المحيط إلى الخليج؛ إلا أن هزيمة ١٩٦٧م كانت منعطفاً حاسماً في تطور الإذاعات العربية، حيث كشفت نقاط الضعف الذاتية، وكشفت الأوهام وأظهرت الحقائق، وبدلاً من أن تتم عملية مراجعة للممارسات الإذاعية العربية، في أساليبها ومضامينها، حصلت عملية تدجين أفقرت الرسالة الإذاعية، وزادت من الطابع الرسمي البيروقراطي الجامد والعقيم للخطاب الإذاعي، وشعرت الجماهير بقدر كبير من الغربة عن الخطاب الإذاعي العربي الموجه لها، كما افتقدت فيه المعلومة الصادقة والرأي السليم والمقنع، وذلك في فترة أخذت فيها الأحداث والظواهر والتطورات تزداد تعقيداً وتشابكاً وصعوبة على الفهم والاستيعاب في مختلف المجالات.

الملاحظة السابقة شكّلت الثغرة التي عرفت كيف تستثمرها وتدخل منها الإذاعات الأجنبية الموجهة إلى الوطن العربي، لتشكل واحداً من المصادر المهمة لمعرفة المواطن العربي، واستطاعت أن تجذب الجماهير العربية الواسعة، كما استطاعت أن تقنع شرائح مهمة منها بحياديتها وموضوعيتها وصدقها، ومن ثمَّ أثرت في النسق المعرفي للمواطن العربي إزاء الأحداث والظواهر والتطورات.

بل قامت الإدارة الأمريكية بإنشاء (إذاعة سوا) لتسويق الحرب الأمريكية على أفغانستان بحجة مواجهة الإرهاب.

وعلى ضوء هذه السمات البارزة للإعلام العربي الراهن؛ يبرز التساؤل الآتي:

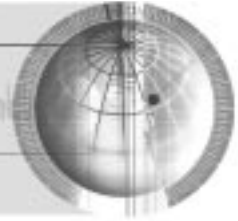
هل يتلاءم إعلامنا العربي بقيوده الرسمية الحالية مع المناخ الدولي بما يحمله من حرية وانطلاق وتدفع؟ وهل يستطيع مواجهة «الغزو الإعلامي»، ومعرفة أسلوب التعامل معه؛ خاصة أن شدة هذا الغزو الإعلامي وحجم آثاره تتوقفان ليس فقط على قوته الذاتية؛ بل على ضعف الوضع الاتصالي المحلي؟

في الواقع؛ أن المشكلة التي تواجه النشاطات الإعلامية والثقافية العربية؛ لا تكمن في مسألة حرية وسائل





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



الإعلام؛ بقدر ما تكمن في مسألة حرية المواطن العربي وتأهيله في مجال المشاركة الديمقراطية في مجتمعه. وما يحدث في الوطن العربي هو هيمنة مصلحة مؤسسات الدولة والقطاع الخاص على المصالح العامة أو مصلحة المواطنين، وإن إيجاد توازن بين هذه المصالح الأساسية ضروري ليتمكن القطاع الإعلامي العربي من المساهمة المثمرة والفعالة في التنمية الاجتماعية والقومية^(١).

كما أن القراءة السابقة لحال الإعلام العربي والتحديات التي تواجهه تقودنا إلى مسألة جوهرية، وهي: أنه لا بد من تأكيد أن تجاوز الأزمة الإعلامية العربية؛ لن يكون إلا بتبني مشروع إعلامي بديل متكامل، يخرج سياسة إعلامية عربية متحررة من القيود البيروقراطية، ومراعية للتحويلات الجذرية في المجالات الدولية والإقليمية، بل المحلية أيضاً.

فالتعامل مع ظاهرة العولمة لا يتطلب فقط المواجهة أو التصدي، فالأسلوب الأمثل يكمن في تأكيد وجودنا العربي وتطوير أدواتنا الإعلامية والثقافية؛ بحيث نتعامل مع هذه الظاهرة (أخذاً وعطاءً)، ومن ثم لا بد من إنماء الذاتية الثقافية العربية، وقد برهنت الخبرة أن الصعوبة الحقيقية هي فيما يمكن تسميته باندماج التقنيات مع البنية الاجتماعية؛ لأن اعتماد التقنيات الحديثة يتسبب في ظهور أنماط جديدة من العمل والإنتاج والعلاقات العامة.

ثانياً: دور الإعلام في الحرب:

إن أي صراع يدار في جبهتين على الأقل: جبهة القتال على أرض المعركة، والجبهة الأخرى لكسب عقول البشر وقلوبهم؛ من خلال الدعاية والحرب النفسية.

وباستعراض تطور وسائل الإعلام في الحروب عبر التاريخ؛ يمكن القول:

١ - أنه في الحرب العالمية الثانية كان للمذيع دور فاعل كوسيلة دعائية.

٢ - كانت حرب فيتنام تجسداً مهماً لدور التلفزيون.

٣ - وجاءت حرب الخليج الثانية لتتزامن مع بداية الفضائيات التلفزيونية، والتي تمثلت حينئذ في شبكة

C.N.N الإخبارية الأمريكية.

٤ - ثم جاءت حرب أفغانستان لتصنع الشهرة الدولية لقناة الجزيرة العربية.

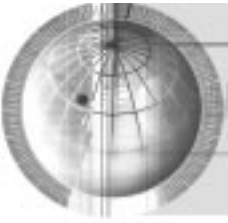
٥ - ثم تلتها الحرب على العراق، والتي مثلت تعميقاً لدور الفضائيات والإنترنت، ومحاولة توظيفهما

التوظيف الأمثل.

لمتابعة التغطية الإعلامية لأي صراع أو حرب؛ لا بد من الوقوف على العناصر الآتية، كوسائل مختلفة

(١) من العبد الله سنو، مرجع سابق، ص (٤٦).





تستخدمها الأطراف المتحاربة للتحكم في الإعلام؛ إلا أننا سنركز هنا على أبرز العناصر وهي الدعاية .

الدعاية:

تستطيع الدعاية أن تحشد الرأي العام حول قضية بعينها من خلال المبالغة والتضليل والكذب في أسلوب عرض القضية، وذلك لكسب الدعم والتأييد. ومن يقدم الصورة السلبية للعدو يؤكد ذلك بعرض كل ما يبرز الصورة الإيجابية لنفسه من خلال محاولة حشد التأييد، وتغذية الاعتقاد بأن ما ينوي عمله هو في فائدة كل البشر ومصالحهم .

وتشمل الأساليب التكتيكية للدعاية ما يأتي: (اختيار بعض القصص والأحداث التي قد تبدو موضوعية، عرض وقائع متحيزة وغامضة، تعزيز الأسباب والدوافع لفعل سنن ما نتيجة لتهديد أمن الفرد . . ونحوها)^(١).

وقد تطور استخدام أسلوب الدعاية في الحروب عبر التاريخ، كما يذكر «ناعوم تشومسكي» في كتابه (السيطرة على الإعلام) أن «أول عملية دعائية حكومية في العصر الحديث؛ كانت أثناء إدارة الرئيس وودرو ويلسون الذي انتخب رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٩١٦م، وفق برنامج انتخابي بعنوان «سلام بدون نصر»، وكان ذلك في منتصف الحرب العالمية الأولى .

في تلك الأثناء كان المواطنون مسالمين لأقصى الدرجات، ولم يبد سبباً للانخراط والتورط في حرب أوروبية بالأساس، بينما كان على إدارة ويلسون التزامات تجاه الحرب، ومن ثم كان عليها فعل شيء ما حيال هذا الأمر، فقامت الإدارة بإنشاء لجنة للدعاية الحكومية أُطلق عليها (لجنة كرييل)، وقد نجحت هذه اللجنة خلال ستة أشهر في تحويل المواطنين المسالمين إلى مواطنين تتملكهم الهستيريا والتعطش للحرب والرغبة في تدمير كل ما هو ألماني، وخوض حرب، وإنقاذ العالم!

كان هذا إنجازاً هائلاً، وقاد بدوره لإنجاز آخر، وذلك أنه بعد أن وضعت الحرب أوزارها تم توظيف التكتيك نفسه لإثارة هysteria ضد الرعب الشيوعي^(٢).

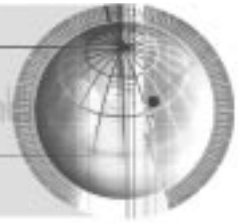
وتعدّ حرب الخليج الثانية (١٩٩٠م) مثلاً على أن النظام الدعائي الجيد يحقق نجاحاً، فالولايات المتحدة قدّمت عدداً من الأسباب كمسوِّغ للحرب، وهي أن المعتدين يجب ألا يكافؤوا، وأن العدوان العراقي على الكويت لا بد أن يتم إبطاله باللجوء للعنف، لقد أفنعت الناس والرأي العام الأمريكي أنها تستخدم القوة ضد العراق؛ فذلك لأنها تحترم مبدأ أن الاحتلال غير الشرعي، والإساءة لحقوق الإنسان لا بد أن تُجابَه بالقوة،

(١) د. ألفت أغا، «دور الإعلام في الحرب على العراق»، في د. نادية مصطفى، أ. د. حسن نافعة (محرران) (العدوان على

العراق . . خريطة أزمة ومستقبل أمة)، (القاهرة: مركز الدراسات والبحوث السياسية)، ٢٠٠٣م، ص (٣٠٥).

(٢) ناعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام، الإنجازات الهائلة للبروباغندا، ترجمة أميمة عبد اللطيف، (القاهرة، مكتبة الشروق الدولية)، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣م، ص (٧-٨).





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



بينما لم يتساءلوا: ما معنى أن تطبق هذه المبادئ عينها ضد سلوك الولايات المتحدة نفسها؟
فهل عارض أحد الولايات المتحدة في العدوان الذي قامت به هي نفسها في بنما، وأصر على ضرب
واشنطن بالقنابل لإبطال العدوان؟!!

ومع الإعلان أن احتلال جنوب إفريقيا لناميبيا احتلال غير شرعي؛ فهل فرضت الولايات المتحدة حصاراً
على الدواء والغذاء، أو هل أعلنت الحرب؟!!

لقد نجحت الولايات المتحدة في حجب الناس عن الوقائع والحقائق وتوجيههم إلى حيث تريد، وهنا
يتجلى بوضوح نجاح النظام الدعائي.

مثال آخر: لقد تم تلقيح الناس في الولايات المتحدة قبل حرب الخليج (١٩٩١م)، والحرب الأنجلو-
الأمريكية على العراق، أن صدام حسين وحش، على وشك أن يغزو العالم، وأن علينا أن نوقفه الآن؛ لدرجة
أن نصف الأمريكيين يعتقدون أن العراق كان مسؤولاً عن أحداث ١١ سبتمبر؛ كما ذكر الصحفي جيف هون
الذي عمل في محطة MSABC في أثناء الحرب على العراق، وهذا ليس غريباً إذا كنا نعرف أن المواطن
الأمريكي يحصل على معلوماته من عناوين الصحف، ومحطات التلفزيون المتعددة التي تمارس التضليل
الإعلامي؛ فما الذي يدفعه إلى التساؤل: كيف أصبحت العراق بهذه القوة وهي دولة صغيرة من العالم
الثالث، لا تمتلك أي قاعدة صناعية، ولم تستطع هزيمة إيران بعد حرب استمرت قرابة ثماني سنوات؟ لم يشر
أحد إلى هذه الأمور، وهو الأمر الذي يعكس شمولية مفروضة بشكل ذاتي؛ مع تهميش كامل للقطيع الضال
لدرجة إمكانية الانقياد للحرب دون أي سبب، ودون أن يلاحظ أحد ذلك!! وهذا يوضح لنا دور الدعاية
الحكومية الرسمية في إعداد المواطنين للحرب بمهارة شديدة^(١).

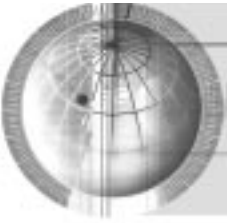
ففي دراسة قام بها أحد الباحثين الأمريكيين، يدعى هربرت أ. شيللر، لمكونات الثقافة الإعلامية
الجماهيرية في الولايات المتحدة في كتابه (The mind managers) أو (المتلاعبون بالعقول)، شدد على
فرضيات خمس، سمّاها أوهاماً، وهي: (وهم الفردية، ووهم الخيار الشخصي، ووهم الحياد، ووهم الطبيعة
البشرية التي لا تتغير، ووهم غياب الصراع الاجتماعي)، وهذه الفرضيات يُلجأ إليها كأساس للتضليل
الإعلامي، تحقق من خلالها أجهزة الإعلام السيطرة.

إذن التضليل الإعلامي هو الأداة الأساسية للهيمنة الاجتماعية في الولايات المتحدة من خلال «امتلاك
وسائل الإعلام أو السيطرة عليها».

والنتيجة الحتمية لذلك هي أن تصبح محطات الإذاعة وشبكات التلفزيون والصحف والمجلات وصناعة
النشر؛ مملوكة جميعاً لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتلات الإعلامية، وهكذا يصبح الجهاز الإعلامي

(١) المرجع سابق، ص (٢٩-٣٥).





جاهزاً تماماً للاضطلاع بدور فعال وحاكم في عملية التضليل (١).

في النهاية؛ يمكن القول بأن عام ٢٠٠٣م كان علامة فارقة في مسيرة الإعلام العربي، ومما يشير إلى ذلك أن الكاتب الأمريكي مارك لينش، أستاذ مساعد العلوم السياسية في جامعة ويليامز، اعترف بأن «الفكرة الشائعة عن الإعلام العربي التي تراه مجرد بغاء للخطاب الرسمي المعتاد، لم تعد فكرة صائبة»؛ خاصة في ظل النجاح غير المسبوق لبعض وسائل الإعلام العربية في تغطية الحرب الأنجلو-الأمريكية على العراق، ونقلها للحقائق التي طالما حاول «الآخر» إخفاءها وتضليل الرأي العام العالمي عنها.

واكتشفنا خداعه، وهو موضوع المحور القادم . .

ثالثاً: قراءة في الأبعاد الإعلامية والنفسية في غزو العراق؛

يرى عدد من المحللين أن إحدى الظواهر السياسية والعسكرية البارزة في حرب العراق الأخيرة هي الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام، والصراع بين المؤسسات الإعلامية وتحديد القنوات الفضائية؛ بحيث أطلق بعض المحللين على هذه الحرب مصطلح «حرب الفضائيات». وكما كان الراديو أحد أبرز الأدوات الإعلامية المؤثرة في الحرب العالمية الثانية، وكذلك (سي إن إن) في حرب الخليج الثانية؛ فإن هذه الحرب شهدت دوراً بارزاً وملحوظاً للقنوات الفضائية العربية، وتحديداً قناة الجزيرة وقناتي العربية وأبو ظبي، في حين ظهرت انتقادات كبيرة ضد الإعلام الغربي، والذي بدا واضح التحيز والتبعية للقوات الغازية.

إلا أن قراءة موضوع الصراع الإعلامي في غزو العراق لا بد أن تأتي في سياق إدراك التحول في السياسة الخارجية الأمريكية بعد أحداث أيلول، وأثر ذلك في دور الإعلام الأمريكي، ومدى حياديته، ومصداقيته، وكذلك إدراك معالم الخطاب الإعلامي الأمريكي، والذي حدّد الأجندة الإعلامية للكثير من القنوات الغربية، وتحليل الأغراض النفسية والسياسية التي سعى في هذا الخطاب إلى خدمتها، ثم طبيعة المعارك الإعلامية والنفسية في الحرب، ودور الإعلام العربي في المقابل، وأخيراً الأهداف الإعلامية والنفسية بعد انتهاء الحرب .

أحداث أيلول والإعلام الأمريكي؛

يشكّل الإعلام الأمريكي أحد أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام الأمريكي والمشكّلة له، ويحظى بتأثير شديد وكبير على مختلف شرائح المجتمع والجمهور الأمريكي، كما أن دور الإعلام لا يقتصر على البعد الداخلي في الحياة السياسية، وإنما يشكل رافداً حيويًا ومعتبراً من روافد القوة والهيمنة الأمريكية؛ إذ إن نسبة كبيرة من وسائل الاتصالات والإعلام العالمية يسيطر عليها الأمريكيون أو على مركزها في الولايات المتحدة (٢)،

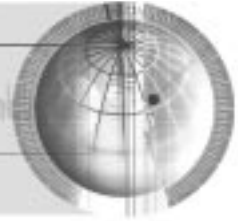
(١) هيربرت أ. شيللر، «الملاعبون العقول»، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، الطبعة الثانية، ١٩٩٩م، مواضع متفرقة من الكتاب.

(٢) انظر: د. رأفت رضوان، موقع الوطن العربي على خريطة العالم الجديد، قضايا استراتيجية، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، القاهرة، ع (١٢)، نوفمبر ١٩٩٧م، ص (٢٠-٣٢).





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



لقد أدى الإعلام الأمريكي دوراً بارزاً في الحرب الباردة، وفي الصراع الثقافي مع الاتحاد السوفيتي والمنظومة الشيوعية، وكان المفكرون والسياسيون الأمريكيون يفتخرون بالمساحة الكبيرة من الحرية الإعلامية المتاحة في المؤسسات الإعلامية، وقد اعتبر غير واحد من المنظرين أن الإعلام الأمريكي هو أحد أبرز الوسائل التي ساهمت وتساهم في نشر النموذج الأمريكي وما يقوم عليه من قيم حاكمة، وما يتضمنه من مفهومات وفلسفة اجتماعية وسياسية.

إلا أن أحداث أيلول، وكما كانت يوماً تاريخياً فاصلاً في الحياة السياسية والثقافية الأمريكية، ألقى بظلالها على الإعلام الأمريكي ودوره السياسي، ومساحة الحرية والموضوعية المتاحة فيه، فقد جند المحافظون الجدد كل مؤسساتهم الثقافية والإعلامية والبحثية، ومارسوا تأثيراً وضغطاً على أغلب المؤسسات الأخرى لتعبئة الرأي العام الأمريكي للوقوف خلف مشروعهم الأيديولوجي «بما يتضمنه من معايير المثالية أو الاستثنائية الأمريكية: عبء الرجل الأبيض في العالم، الأحلام الإمبراطورية، تعزيز دور الدين وحضوره في الحياة العامة، توحيد المجتمع الأمريكي»^(١).

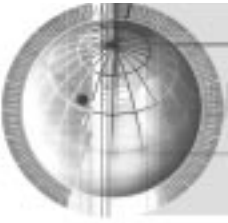
وكان المفهوم الناظم لكل هذه الإجراءات هو «الحرب على الإرهاب»، وقد شملت أبعاد هذا المفهوم المستويين الداخلي والخارجي؛ فداخلياً: تمثلت بتجديد الروح القومية، وبث الوحدة من خلال الشعور بالخطر القادم والتهديد الكبير للأمن وللحياة الأمريكية. أما خارجياً: فتمثلت في تنفيذ رؤية الإدارة الجديدة والقائمة على الحلم الإمبراطوري، والهيمنة على العالم. وفي الشرق الأوسط: إعادة تشكيل المنطقة استراتيجياً بما يضعف الدول العربية أكثر، ويساعد على حماية المصالح الأمريكية الإسرائيلية، والتحالف مع الليكود الإسرائيلي^(٢).

لقد تم التركيز بشكل كبير منذ أحداث سبتمبر على الدعاية الإعلامية، وتم صوغ أهداف إعلامية من خلال تحكم البنّاجون وهيمنته على وسائل الإعلام؛ مما أثار إشكاليات كبيرة حول موضوع الحريات المدنية والإعلامية، وسيطرت لغة إعلامية أحادية الجانب ترفض الآراء الأخرى المخالفة لتوجهات المحافظين الجدد. وبحجة المصلحة الوطنية والقومية؛ أصبح الصحفي الذي يرفض التحيز بتقاريره ويتمسك بالموضوعية خائناً لوطنه، وأصبح الصوت المعارض للمحافظين الجدد صوتاً غريباً محارباً، ويتعرض للاتهام والتخوين، حتى إن كان المعارض من الأمريكيين، بل من المحافظين أنفسهم^(٣).

(١) انظر: سميح فرسون، جذور الحملة الأمريكية المناهضة للإرهاب، مجلة المستقبل العربي، ع ٢٤٨، ٢٠٠٢م، ص ١٠، وكذلك أميمة عبد اللطيف، المحافظون الجدد. قراءة في خرائط الفكر والحركة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٣م، ص (١٥-٢١).

(٢) انظر: أميمة عبد اللطيف، مرجع سابق، ص (٣٤-٣٦).

(٣) انظر: نبيل الدجاني، أجهزة الإعلام الغربية وموضوع الإرهاب، المستقبل العربي، يناير ٢٠٠٣م، ص (٣٠-٣٧)، وكذلك: نبيل هيتس، الحريات المدنية في الولايات المتحدة بعد ١١ سبتمبر، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٣م، ص (١٥-٢١).



وَقَّع البنتاجون ووكالة المخابرات الأمريكية عقوداً مع عدة شركات للعلاقات العامة؛ لحشد الرأي العام الأمريكي ضد خطر الإرهاب، ومن ذلك: العقد الذي وقَّع مع شركة «شاندويك»، والتي تولت عملية التأثير في الرأي العام الأمريكي، والمبالغة في خطر القاعدة والمنظمات التي تُسمَّى بالإرهابية^(١). كما تمكن معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى من نشر حوالي ٩٠ مقالاً في الصحف الأمريكية كتبها باحثون ينتمون للمعهد، وهي في أغلبها مقالات رأي تؤيد توجهات المحافظين الجدد^(٢).

حرب أفغانستان : نموذج لسقوط الإعلام الأمريكي:

شكَّلت الحرب الأفغانية مثلاً بارزاً لسقوط كل معايير الموضوعية والحياد لدى الإعلام الغربي وتحديداً الأمريكي، وقبول هذا الإعلام بالتبعية المطلقة للقيادة العسكرية؛ متخلياً بذلك عن أحد أعمدة المهنة الإعلامية، ألا وهي «الأخلاق، الصدق»، ونحن ندرك أن هناك بلا شك معايير وضوابط لدى كل دولة للحرية الإعلامية خاصة في وقت الحرب، لكن ما حدث في الحرب الأفغانية هو الكذب والخداع والسقوط الكبير لكل المعايير التي كان يتغنى بها الأمريكيون حول الموضوعية والحرية، وبالفعل كانت هذه الحرب البداية الحقيقية للسقوط المريع لموضوعية أجهزة الإعلام الأمريكية تحديداً وجزء كبير من الإعلام الغربي.

لقد ظهر واضحاً أن الإعلام الأمريكي استسلم لضغوط رامسفيلد وقيادة البنتاجون، فتجنب تماماً تغطية جانب الخسائر المدنية وأعداد الأبرياء الذين قتلوا في القصف؛ مركزاً على تشويه صورة طالبان والقاعدة، وتم تجاهل كل الاختراقات والتجاوزات التي تمت ضد موثيق الحروب والأسرى والأسلحة المحرمة، بل ينقل عن «الترازاكسون» (رئيس محطة سي. إن. إن) أنه طلب من مراسليه أن يذكروا جمهورهم بالأمريكيين الذين قُتلوا في أحداث سبتمبر كلما تكلموا عن الإصابات المدنية في أفغانستان، وقال لهم: «إنه من الحماسة أن نركز كثيراً على إصابات الأفغانين وظروفهم الصعبة»^(٣)، كما تنقل الصحافية والمذيعة اللبنانية «ديانا مقلد» كيف تجنب الإعلام الغربي عرض صور القتلى من المدنيين وصور مئات القتلى من القاعدة وطالبان فيما سُمِّي بانتفاضة «سجن جانجي»^(٤).

لقد أدت الحرب الأفغانية بالفعل دوراً كبيراً وفعالاً في كشف الستار عن تحيز الإعلام الأمريكي وغياب الموضوعية عنه، وهو الأمر السابق لهذه الحرب، لكنها جاءت في مرحلة الثورة الإعلامية والفضائية، وفي ظل وجود قناة عربية كالجزيرة تنقل الصورة الحية للاختراقات والجرائم الأمريكية، وتفسح المجال للطرف الآخر بإيصال رسالته إلى العالم، وهو الأمر الذي أكسب القناة مصداقية وحضوراً عالمياً واضحاً، إلى الدرجة التي

(١) انظر: مقال فهمي هويدي، التحالفات السرية تهدد باختراق العالم العربي، مجلة وجهات نظر، نوفمبر، ٢٠٠٣م.

(٢) انظر: أميمة عبد اللطيف، مرجع سابق، ص ٣٨.

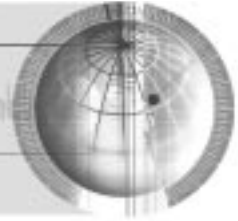
(٣) انظر: نبيل الدجاني، مرجع سابق، ص ٣٦.

(٤) انظر: ديانا مقلد، الجمهور كما يريده الصحفيون لا كما يرونه، النهار، ٢٧/١/٢٠٠٢م.





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



أصبحت فيها وسائل الإعلام الأمريكية تنقل عن قناة الجزيرة، والمشاهد الغربي يبحث عنها متجاوزاً الخطاب والمؤسسات الإعلامية الأمريكية. إذن كانت الحرب الأفغانية وبروز قناة الجزيرة إشارة واضحة - في موضوع الإعلام في الحرب - إلى نهاية عصر الاحتكار الأمريكي للإعلام، وتهافت الادعاءات الأمريكية بالحياد والموضوعية والحرية الإعلامية.

أبدت الإدارة الأمريكية تدمرها من قناة الجزيرة قبل الحرب الأفغانية، منذ تشرين الأول ٢٠٠١م، عندما طلب كولن باول من أمير قطر ممارسة ضغوط على القناة؛ بحجة وجود عناصر معادية للولايات المتحدة فيها، وازداد التدمر والانتهاك للقناة مع الحرب الأفغانية، وكان واضحاً أن الإدارة الأمريكية لا تقبل بوجود خطاب إعلامي مختلف عن الخطاب الأمريكي، وكان قصف مبنى القناة رسالة واضحة بهذا الخصوص، وفي حين هرب مراسلو القناة مع فلول طالبان والقاعدة؛ جاء مراسلو قناة (سي. إن. إن) مع القوات الأمريكية وحلفائها، واحتكرت (سي. إن. إن) كثيراً من صور البث مرة أخرى، وظهر الأمر وكأن الجزيرة قناة معادية للغرب والولايات المتحدة، وكانت موضعاً لهجوم عدد كبير من الإعلاميين والمثقفين المؤيدين للإدارة الأمريكية.

ولك أن تتساءل عن سر الاهتمام الأمريكي بضبط الإعلام وتحديد خطابه وأهدافه والتعليقات والأخبار والمعلومات التي يتناقلها، حتى إن أدى ذلك إلى انتقادات كبيرة وتجاوز لكل المعايير المهنية الإعلامية؟

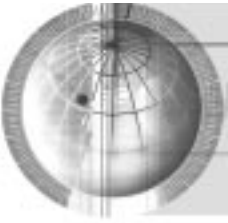
والجواب كما يرى عدد من الخبراء الاستراتيجيين: هو أن الولايات المتحدة قد طوّرت مفهوم الحرب النفسية في الفترة الأخيرة بشكل كبير، وباتت تعتمد عليها كثيراً لتحقيق جزء كبير من الأهداف السياسية والعسكرية؛ خاصة في ظل ما يُسمّى بالحرب على الإرهاب. وتقوم الحرب النفسية بشكل كبير على الإعلام ودوره المتزايد في الحروب، إلى الدرجة التي صار يرى فيها عدد من الخبراء الأمريكيين أن العامل الحاسم في الصراعات العسكرية المستقبلية؛ سيكون الإعلام من خلال التأثير الكبير في الخصم وإخضاعه لإيحاءات معينة تجعل إرادته تنهار مع أقل استخدام ممكن للقوة العسكرية. والحرب (النفسية / الإعلامية) هي بالتحديد ما عناه رامسفيلد بشعاره «حرب الأفكار»، والتي ظهرت بشكل واضح وفعال مع غزو العراق والخطوات التي مهدت له وتلتها (١).

غزو العراق .. التمهيد الإعلامي:

وقّعت الإدارة الأمريكية عقوداً مع شركات للعلاقات العامة لتهيئة وحشد الرأي العام الأمريكي لعملية غزو العراق، كالعقد الذي وقّعه مع شركة «بنادور»، كما استنفرت الباحثين والكتّاب والمؤسسات الإعلامية المؤيدة لها، وتوزعوا على مختلف المنابر الإعلامية يسوّغون ويؤيدون غزو العراق.

(١) انظر حول الموضوع نفسه: كتاب كل من جون أرتيكا ودايفيد روزنفلت، انبثاق سياسة المعرفة، مؤسسة راند للأبحاث، ١٩٩٩م، www.rand.org.





فزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



ملف العراق

وقمت عملية صنع الخطاب الإعلامي الأمريكي بعناية بالغة، وبمشاركة عدد كبير من المتخصصين والخبراء، وتنوعت رسائل الخطاب الإعلامي بين عدة مستويات: داخلية (تخاطب الأمريكيين)، وعالمية، وعربية، وعراقية.

أولاً: المستوى الداخلي:

صوّر الإعلام الأمريكي نظام صدام حسين وكأنه مصدر تهديد خطر ضد المصالح الأمريكية في الشرق الأوسط، بل وضد الأمن الأمريكي الداخلي، وفي هذا السياق تم الترويج لعلاقة مختلقة بين صدام وتنظيم القاعدة والمنظمات التي تدعوها واشنطن بالإرهابية؛ لإقناع الرأي العام الأمريكي بخطورة الأمر وضرورة التخلص من هذا الحكم، واستثمار مشاعر الثأر التي ما زالت لدى العديد من الأمريكيين جراء أحداث سبتمبر ٢٠٠١م.

كما عمل الإعلام الأمريكي على «شيطنة» صدام، وإظهاره بصورة السفاح المجرم، وبصورة نمطية تصطدم مباشرة بالمثالية السياسية الأمريكية المفترضة (حقوق الإنسان، الحريات، الديمقراطية)، ومن ثمّ تصوير الحرب وكأنها لإنقاذ الشعب العراقي من براثن الطاغية، وإعادة الحرية له، والمساعدة على إعادة تأهيل الإنسان العراقي للحياة الطبيعية المفقودة، كما تمّ التسويق بطريقة كبيرة لصورة العراقيين وهم يستقبلون الأمريكيين بالورود والتحيات (في مشهد مشابه لمشهد الفرنسيين وهم يستقبلون الحلفاء بعد الحرب العالمية الثانية)، وحاول الإعلام تسويق الحرب أيضاً انطلاقاً من فكرة «عبء الرجل الأبيض في العالم»، وتمّ الاستعانة لترسيخ الصورة الذهنية السوداوية حول نظام صدام بعدد كبير من أفراد المعارضة العراقية، والكتّاب والمثقفين المرتزقة العرب الذين تحدثوا عن قصص واقعية ووهمية عن فساد نظام البعث، كما تمّ الاستعانة بأشرطة فيديو وصور أقمار صناعية تظهر جرائم صدام ضد المدنيين كـ (مذابح حلبجة) ضد الأكراد.

وتمّ تصوير الحرب وكأنها قصيرة وخاطفة، ولن يتحمل فيها الأمريكيون كثيراً من الخسائر؛ ذلك أن الجيش العراقي خائر ومستسلم، والنظام فاسد ومهترئ، والشعب العراقي ينتظر لحظة الخلاص، وأنه بمجرد إعلان الحرب ستتداعى أركان النظام، وسيستلم القادة والجيش.

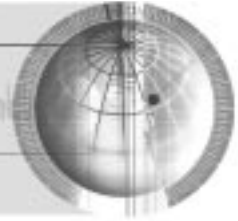
ثانياً: المستوى العالمي والعربي:

لقد استخدمت الدعاية الأمريكية عدة حجج -بالإضافة إلى الصورة الدكتاتورية لصدام، وموضوع حقوق الإنسان، والديمقراطية- في محاولتها ترويج الحرب عالمياً وعربياً، فاستغلت موضوع أسلحة الدمار الشامل؛ إلا أنها كانت حجة ضعيفة وواهية؛ في ظل معارضة فرنسا وألمانيا، ومع قبول العراق للشروط المختلفة لعودة المفتشين، وجرى الحديث عن تهديد السلام الإقليمي وأمن الدول المجاورة، وكذلك تمّ العمل على ترسيخ فكرة حتمية الحرب وعشبية محاولات إيقافها؛ من أجل إجهاد محاولات الدول والحركات المعارضة لها.





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



وعلى الصعيد العربي نشطت إذاعة (سوا) الموجهة للعالم العربي في إبلاغ الرسالة الإعلامية الأمريكية للمواطن العربي، لكن دون فائدة حقيقية، فقد كان واضحاً المعارضة المتزايدة للحرب في الرأي العام العالمي والعربي، وساهم في بلورة وتقوية هذه المعارضة عالمياً عدد كبير من وسائل الإعلام الأوروبية والثقافيين الأوروبيين؛ خاصة في ألمانيا وفرنسا حتى بريطانيا، وكذلك حركة «ضد الحرب» التي نشطت على مستوى إعلامي وسياسي، وتحولت إلى ظاهرة سياسية عالمية، بينما لم يكن الإنسان العربي بحاجة إلى إعلام كي يرفض الحرب؛ فالسلوك والغطرسة الأمريكية (عيانية) ومشاهدة في مختلف أنحاء العالم العربي، ومشاعر الكراهية كانت تصيب الصغار قبل الكبار.

ثالثاً: المستوى العراقي:

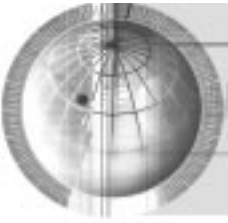
ظهرت الحرب النفسية بشكل قوي وواضح في الخطاب الإعلامي الأمريكي قبل الغزو؛ من خلال الرسائل والأفكار والمعلومات الإعلامية التي كان واضحاً منها أنها تستهدف العراقيين؛ في محاولة لبث روح الهزيمة والضعف قبل بدء الغزو، والتأثير في الحالة المعنوية، والمواقف السياسية، وتعزيز روح التمرد العسكري والسياسي لدى الفئات الغاضبة والرافضة لنظام البعث. وفي ظل نظام قمعي يلغي الحريات ويطارده المعارضة ولا يعترف بحق الاختلاف؛ كان من الطبيعي أن تؤثر هذه الحرب النفسية أكلها، وأن تؤثر بشكل كبير في الحالة العراقية، وتضرب جزءاً كبيراً من إرادته قبل أن تبدأ المعارك العسكرية.

تم التمهيد للحرب من خلال مفهوم «الصدمة والرعب» النفسي بالحديث عن ضربات جوية سريعة وخاطفة، واستخدام أسلحة جديدة، وتسريب خطط عسكرية بشكل متعمد في المجلات والصحف الأمريكية تتحدث عن سيناريوهات المعارك؛ لتشتيت التركيز وزراعة أفكار خاطئة عن المسار الحقيقي للمعارك^(١).

كما جرى الحديث الإعلامي والسياسي عن الشيعة المضطهدين وحقوق الأكراد؛ للإيحاء بأن الولايات المتحدة ستتنصف هذه الفئات عندما يزول نظام صدام، ولكسب مواقفها في الحرب، واستنهاضها ضد نظام البعث، وهي الدعاية التي نجحت إلى درجة كبيرة في التأثير على كثير من هذه الفئات، والتي إما أنها حاربت إلى جانب الأمريكان وإما أنها وقفت على الحياد في الحرب.

كما دأب الإعلام الأمريكي على تأكيد أن القوات الأمريكية قادمة من أجل استبدال النظام الحالي وإحلال الديمقراطية ومغادرة العراق؛ نظراً لأن العراقيين غير قادرين بأنفسهم على تغييره، وقد ألقط الطائرات الأمريكية ملايين المشورات - تؤكد الفكرة السابقة - على المدن العراقية.

(١) حسين العسكري، المخططات المطروحة حرب نفسية لبث الإحباط في المنطقة العربية، www.mostakbaliat.com



غزو العراق والحرب الإعلامية:

تشكّل حرب العراق مرحلة جديدة في مجال دراسة «الإعلام في الحروب»؛ انطلاقاً من عدة ملاحظات رئيسية:

- بروز دور الفضائيات بشكل كبير في الحرب، وقدرتها على نقل الحدث لأنحاء العالم؛ بحيث صار الإنسان وهو جالس في بيته قادراً على متابعة الحرب وتفصيلها الدقيقة؛ دون أن يضطر إلى انتظار ما يبث له وبانتقائية شديدة؛ مما جعل «الصورة المباشرة» هي المحك الذي يفصل بين ادعاءات أطراف الصراع المختلفة، فعندما زعم البريطانيون أن العراقيين أعدموا أسيرين بريطانيين في الحرب، وأظهر الإعلام العراقي والعربي جثتيهما؛ اضطرت القوات البريطانية إلى التراجع. كذلك الأمر بالنسبة لإسقاط العراقيين للطائرات الأمريكية واضطرار الأمريكيين إلى الاعتراف بعد عرض صور حطامها. ويصل إبراهيم غرايبة في تقدير هيمنة الصورة المنقولة عبر القنوات الفضائية إلى الدرجة التي يقول فيها: «أعتقد أن وضع الكتاب والمحللين والمعلقين صار محزناً جداً، وقد يتحول الكثير منهم إلى ديناصورات أو جزء من الماضي؛ لأن الناس سيتجاوزونهم ويتفوقون عليهم أيضاً، لقد دخل الإعلام فعلاً في مرحلة جديدة...»^(١).

- بروز مفهوم «الإعلامي المندمج»^(٢)؛ وهو مفهوم قام في هذه الحرب على مرافقة الإعلام لقوات التحالف وبقيائه مع الجنود، وخضوع نشاطه الإعلامي للمراقبة العسكرية الشديدة على التقارير الصحفية الصادرة، وعلى الصور التلفازية المسموح بها. كما تدخل العسكر في صياغة الخبر الإعلامي ونقل المعلومات المسموح بها، ولقد دمجت القوات الأمريكية ٦٠٠ صحفي مع جنودها، ٨٠٪ منهم أمريكيان، في حين وصلت كلفة الصحفي المندمج الواحد مبلغاً كبيراً يكلف القناة الواحدة ملايين الدولارات في يوم واحد، وهو الأمر الذي يتجاوز إمكانيات قنوات عديدة وكبيرة؛ مما حدا بالصحفي الإسرائيلي «روجيل ألبير» إلى القول: «يبدو أن استراتيجية (الصدمة والرعب) ضربت الإعلام وليس النظام العراقي»^(٣).

ويتحدث هنا عدد من الخبراء عن البعد النفسي لمفهوم الصحفي المندمج، والذي يصبح وكأنه عسكري وليس صحفياً؛ ويعتبر مراسل شبكة (سي إن إن)^(٤) «والتر روجرس» مثلاً على هذه الحالة عندما خاطب زميلته - وهو في حالة الشوّة - قائلاً: «إذا واجهنا العراقيين في الطريق سنقتلهم بكل بساطة»، وختم تقريره بالقول: «كل ما يحدث يثير أكثر من مجرد الحماس!»

وربما يقودنا مفهوم «الإعلامي المندمج» نفسه إلى التساؤل: هل أعادت هذه الثورة الإعلامية العالم عقوداً

(١) انظر: إبراهيم غرايبة، المسرح الإعلامي للحرب الأمريكية على العراق، 9/4/2003، www.aljazeera.net.

(٢) انظر تقرير: الحرب آلة الإعلام الجديدة، موقع مجلة الصبار الإلكتروني، alsabar@netvision.net.il، نيسان (٢٠٠٣م).

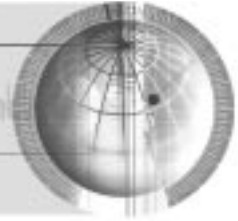
(٣) انظر: المرجع نفسه.

(٤) المرجع نفسه.





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



طويلة إلى الوراثة؛ بحيث أصبحت الدول التي تدعي الديمقراطية تحدد بشكل حازم وقوي حرية الإعلام، وتستوي هي والدول الدكتاتورية في قمع الحريات الإعلامية وخلق الأكاذيب والتضليل واختلاق الحقائق؟! (١) فقد أنشأت الإدارة الأمريكية جهازاً في داخل البنتاجون يقوم على مراقبة الأخبار والإشراف على المعلومات المتدفقة بالتنسيق مع الحكومة البريطانية؛ مما حدّ كثيراً من حرية الإعلام العربي، وأضعف مصداقيته بدرجة كبيرة؛ بسبب فقدانه الموضوعية وقبوله الانصياع للأوامر العسكرية. وعندما أدلى «بيتر أرنت» (الإعلامي الأمريكي المعروف) بحدّث إعلامي لا يتفق مع المقررات الإعلامية الأمريكية تم فصله من وظيفته في محطة N.B.C؛ مما يظهر درجة الالتزام الأيديولوجي لأجهزة الإعلام الأمريكية بالخطة المحددة من قبل الإدارة العسكرية (٢)، ولقد أظهرت دراسة لمؤسسة FAIR أن الشبكات التلفزيونية الأمريكية كانت في حرب العراق أبواباً لوجهات النظر الرسمية، وأنها كانت تستقي معلوماتها غالباً من مسؤولين حاليين أو متقاعدين، وتبتعد تماماً عن الأصوات المناهضة للحرب في الولايات المتحدة (٣).

- إذا كان مفهوم «الإعلامي المندمج» يكفل للإعلامي الحماية الأمريكية؛ فإنه من ناحية ثانية يشير إلى استباحة دماء الإعلاميين الآخرين الراضين لشروط الرقابة الأمريكية؛ ومن ثمّ نحن هنا أمام مفهوم مقابل وهو «الإعلامي المستباح»؛ وهو ما حدث فعلاً حيث قُتل عدد من الإعلاميين كطارق أيوب -الإعلامي الأردني- الذي كان يعمل في قناة الجزيرة، وبعدها بعام قتل اثنان من الصحفيين والعاملين في قناة العربية، قُتل هؤلاء بدم بارد من قبل القوات الأمريكية، والتي أعلنت أنها تكفلت بحماية الصحفي المرافق لها فقط! وهو الأمر الذي لم يستطع نظام صدام السابق أن يرتكبه مع صحفيين وإعلاميين يقدمون تقارير مضادة له.

- كما شهدت الحرب الأخيرة بروزاً واضحاً للقنوات الفضائية الإعلامية العربية، وتحديدًا: الجزيرة، وقناة أبو ظبي، والحياة LBC، والعربية، وتميزت الجزيرة أيضاً بقوة أدائها وبعرضها مشاهد مختلفة ومغايرة للخطاب الأمريكي، وهو الأمر الذي أدى إلى حالة من الحنق والتذمّر من قبل قادة البنتاجون، ولم تكن مشكلة قناة الجزيرة الفعلية التعاطف مع صدام ونظامه - كما ادعت الإدارة الأمريكية -، ولكن لأنها شوشت على الدعاية العسكرية الأمريكية، وأحبطت جزءاً كبيراً من الأهداف النفسية التي سعت إليها القوات الأمريكية من خلال التحكم بالمعلومات ووسائل الإعلام.

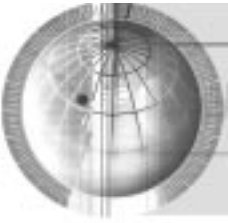
وفي مقابل تميّز بعض القنوات الفضائية العربية غير الرسمية؛ فإن الإعلام العربي الرسمي استمر على حالته من العجز والضعف وعدم القدرة على مواكبة الأحداث وإقناع الجمهور، وبقي ملتزماً بالمواقف السياسية الرسمية المعلنة من قبل الحكومات التي يتبع لها، وظهرت فجوة كبيرة بين الإعلام العربي غير الرسمي وبين

(١) انظر: إبراهيم غرايبة، مرجع سابق.

(٢) انظر: د. ألفت حسن أغا، دور الإعلام في الحرب على العراق، مرجع سابق، ص ٣٠٩.

(٣) انظر: المرجع نفسه، ص ٣١١.





الإعلام الرسمي .

- ساهمت (الصورة التلفزيونية) المنقولة عبر الفضائيات في الحرب النفسية بشكل كبير، وكان لها دور واضح وملمووس في تشكيل الرأي العام ومواقف الجمهور، وقد لجأت الولايات المتحدة إلى شركات العلاقات العامة للإعداد للصور والمشاهد (التلفزيونية)؛ ليس فقط لتصوير الأحداث بل لصناعتها لتؤدي وظيفة مهمة في المجال النفسي؛ من خلال الإيحاءات والإشارات والرسائل التي تستقبل منها، ومن الأمثلة على ذلك: مشهد إسقاط تمثال الرئيس العراقي صدام حسين، والذي صُوِّرَ وكأن العراقيين قد قاموا به بعفوية، وكأنه أيضاً نهاية لعهد قديم وبداية لعهد جديد، ليتبين بعد ذلك أنه من إخراج إحدى شركات العلاقات العامة الأمريكية، وأن من قاموا بالعمل في أغلبهم (كومبارس) من حرس أحمد الجلبي (١).

في المقابل سعى الجانب العراقي إلى (الصور) التلفزيونية في حرب نفسية مضادة؛ إذ كان يُصوَّرُ الأسرى الأمريكيين والبريطانيين، ويُبثُّ صور المدنيين القتلى والجرحى ومشاهد الخراب بالتعاون مع الفضائيات العربية كالجريدة وقناة العربية، وصور اجتماعات القيادة لشحن الروح المعنوية للجنود، ومن المشاهد التي اعتبرت مؤثرة وذات وزن إعلامي؛ مشهد الرئيس العراقي وهو يتجول في بغداد يوم السقوط والناس ترحب به وتهلل له، وكاد المشهد أن يُحِبَطَ كثيراً من الأهداف النفسية الأمريكية في الحرب؛ لولا أن حقائق المعركة كانت أقوى منه وألغت تأثيره فيما بعد تماماً.

الدور الإعلامي فيما بعد الحرب:

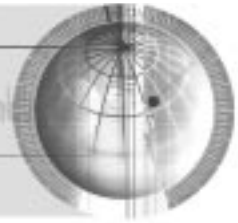
لم ينته الصراع الإعلامي مع سقوط بغداد؛ فقد أدت تجدد القتال من الجانب العراقي من خلال المقاومة المسلحة إلى إعطاء زخم جديد للنشاط الإعلامي، وإن كان محدوداً ومقيداً في الأغلب بالقيود التي يفرضها مجلس الحكم الانتقالي - المؤيد للأمريكان - وقوات التحالف.

وقد تمحور الخطاب الإعلامي الأمريكي بعد الحرب بنشر الإنجازات الأمريكية، وربط المعارضة بالرئيس صدام وبفلول البعث العراقي والأجانب العرب؛ محاولاً نزع الصفة الوطنية النابعة من رفض الاحتلال عنها، بينما تمركز بعض الخطاب الإعلامي العربي المستقل حول تأكيد دور المعارضة وخسائر الولايات المتحدة.

ومن المشاهد المؤثرة بعد الحرب صورة جثتي ابني الرئيس العراقي، وصورة نائب الرئيس طه ياسين رمضان وهو مكبل ويتعرض للإهانات، والتقارير الصحفية عن طارق عزيز وخاصة تقارير مجلة (NEWS WEEK) التي حاولت تشويه صورته بشكل كبير، إلا أن المشهد الذي يُشكِّلُ بعداً خطيراً في الإيحاءات والرسائل النفسية المستهدفة من صناعته؛ هو مشهد الرئيس العراقي بعد الاعتقال في حالة مزرية وفي وضع المستسلم، وبملابس وهيئة رثة. هذا المشهد الذي لم يستغرق دقائق معدودة إلا أن معدِّيه كانوا

(١) انظر: فهمي هويدي، مرجع سابق.





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



شديدي الدهاء، وقد صُنِعَ بعناية شديدة ليخاطب النفسية العربية ناشراً روح الإحباط واليأس والهزيمة فيها - بعيداً عن موقفنا الشرعي والفكري من الرئيس صدام-، ومن الواضح أن الرسالة الرئيسة هي: قوة أمريكا وسطوتها، وعدم جدوى مقاومتها والوقوف في وجهها؛ حتى لو كانت أمريكا قوة مكروهة فإنها ليست عاجزة؛ بل قادرة على الوصول لأي إنسان تريده حتى لو كان مختبئاً في جحر في شمال العراق أو كهف في أفغانستان!

الحرب النفسية بعد احتلال العراق:

تشير كثير من الدراسات النفسية إلى أن الأهداف النفسية أخطر الجوانب في مشروع الهيمنة الأمريكي، والذي يسعى إلى التأثير على البنية النفسية والشعورية للإنسان العربي، ونشر الإحباط واليأس ونشر روح الخيبة والاعتزاز؛ تمهيداً لإجهاض كل المحاولات النهضوية التي تسعى إلى نهضة الأمة وعزتها.

في هذا المجال؛ فإن الإعلام أحد الأدوات الرئيسة والخطيرة في الحرب النفسية الدائرة، من هنا فإن الاهتمام أكثر في معرفة الحرب النفسية وأبعادها وأدواتها، والتعامل معها بوعي واقتدار أحد استحقاقات المرحلة وضرورتها^(١).

ونحن هنا ننهي هذا الجزء من البحث باقتباس من مجلة (News Week - النسخة العربية، ٢٣ ديسمبر ٢٠٠٣م) حول اعتقال الرئيس العراقي المخلوع صدام حسين، وترك للقارئ تقدير الأهداف النفسية والرسائل الخطيرة التي يحاول من وراءها بثها في الوعي الجمعي العربي.

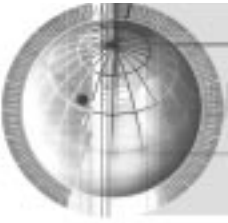
يقول المحرر الصحفي (في المجلة): «في هذا الجزء من العالم الذي يعتبر فيه الشرف والكرامة كل شيء؛ فإن الصورة كانت تستهدف بوضوح جلب العار، فقد عُرِضت صورة لطبيب أو فني طبي من دون اسم، يرتدي القفازات الطبية، يقوم بكل وضوح بفحص شعر الرجل بكل عناية، ربما بحثاً عن القمل، وينهره بأداة دفع اللسان إلى أذني . . لقد كُسرت شوكة هذا القائد المجيد، السليل المباشر للرسول، أسد بابل، أبي الشبلين، والقائد المختار، وخليفة نبوخذ نصر، وصلاح الدين الإسلامي الجديد، وأُجبر على الركوع قبل أن ينقل بسرعة إلى مكان غير معلوم للتأمل في مصيره . .».

رابعاً: الإعلام الإسلامي.. آفاق مستقبلية:

إن الحديث عن تزايد دور الإعلام في الحروب وأهميته في الصراعات الدولية؛ يدفع إلى التساؤل عن الإعلام الإسلامي وحالته اليوم، ومدى قدرته على القيام بالوظيفة والمسؤولية المطلوبة منه، وعن المصاعب والتحديات التي تواجهه، وقبل ذلك عن أهمية الإعلام الإسلامي وطبيعته وخصائصه ورسالته الحضارية المطلوبة.

(١) انظر في هذا السياق البحوث والدراسات حول الحرب النفسية في غزو العراق، والمنشورة على موقع المركز العربي للدراسات المستقبلية على الشبكة العالمية، www.mostakbaliat.com.





الإعلام الإسلامي ودواعي الاهتمام:

تبرز جملة كبيرة من الأسباب والدواعي اليوم تدفع المسلمين، وبشكل خاص أصحاب المشروع الإسلامي، إلى الاهتمام بشكل أكبر وأعمق بالإعلام الإسلامي، والعمل على تطويره وتنمية قدراته؛ حتى يصل إلى المرحلة التي يؤدي فيها شيئاً من مسؤولياته الجسيمة التي تزداد أهميتها وضرورتها مع مرور الوقت.

وقد اعتبر تقرير صادر عن المجلس الإسلامي العالمي للدعوة والإغاثة عام ١٩٩٥م؛ أن وضع نظام إعلامي إسلامي ذي ضوابط محكمة أصبح مهمة لا تقبل التأجيل، خاصة مع تزايد دور وسائل الإعلام الغربية في التنصير، ومع اشتداد حملة الغزو الفكري؛ في ضوء ظهور مؤشرات واضحة لحالة العداء الشديد من قبل القوة المهيمنة على النظام الدولي (بعد الحرب الباردة) ضد العالم الإسلامي^(١).

في هذا السياق يمكن الإشارة إلى دواع رئيسة، تضع مسألة الاهتمام بالإعلام الإسلامي في بؤرة التركيز وفي أولويات المرحلة القادمة، ومن هذه الدواعي:

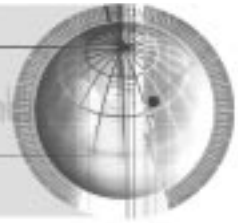
١ - تزايد دور الإعلام في إدارة الصراعات والحروب والأزمات الدولية، ويرتبط بذلك التأثير المتزايد للإعلام في مجال الحرب النفسية إلى درجة وصول الجدل والنقاش المعرفي في الغرب، وبالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية، إلى درجة الحديث عما يُسمّى بحروب الشبكات Net Wars أو الحرب الافتراضية Cyber War^(٢)، وهذه المفهومات تشير بدرجته رئيسة وبشكل واضح إلى أن الإعلام أصبح العامل الفاعل والمؤثر المباشر في كثير من الحروب، بل ويتوقع عدد من الخبراء أن يصبح الإعلام هو العامل الأخطر في حسم الحروب المستقبلية في ظل ما صار يطلق عليه «حرب المعلومات».

ويزكّي هذه الملحوظة أن التوجهات التي باتت تسيطر على البيت الأبيض وتحكم في مقاليد الأمور في واشنطن؛ هي توجهات يمينية متطرفة، تحمل عقيدة حاقدة على العرب والمسلمين، وتستند إلى نبوءات توراتية وتفسيرات دينية متطرفة^(٣)، ويمكن القول: إنه منذ أحدث الحادي عشر من سبتمبر / ٢٠٠١م، والحرب الأفغانية التي تلتها، ثم الحرب العراقية، وما يُسمّى بالحرب العالمية على الإرهاب؛ فإن حالة الصراع بين مشروع الهيمنة الأمريكي المتعاقب مع المشروع الصهيوني، وبين المشروع النهضوي الإسلامي بكل روافده؛ قد دخلت مرحلة جديدة؛ إذ أدرك البيت الأبيض والصهاينة أن المشروع الإسلامي هو الحصن المنيع والمتين الذي

(١) انظر: مجلة الإصلاح ١٢/٢٩ - ١٢/٤ - ١/٩٥م.

(٢) انظر حول الحرب الافتراضية وحروب الشبكات: كتاب كل من جون اركيلا ودايفيد روزنفلت «انثاق سياسة المعرفة» الصادر عن مؤسسة راند الأمريكية المعروفة، على موقع المؤسسة WWW.RAND.ORG، ١٩٩٩م.

(٣) انظر حول المحافظين الجدد وتوجهاتهم وأفكارهم: أميمة عبد اللطيف، المحافظون الجدد قراءة في خرائط الفكر والحركة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٣م، الكتاب مخصص للحديث عن أفكارهم وأهم رموزهم وتطورهم السياسي والفكري.



غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



يدافع ويمانع مشروع الهيمنة والاستعمار، والذي يهدف إلى إخضاع المنطقة ونشر روح الاستسلام فيها وإجهاض كل محاولات النهضة والاستقلال، وصولاً إلى ترسيخ حالة التبعية بكل مستوياتها^(١)، ويستند المشروع الأمريكي إلى مؤسسات وأدوات إعلامية عملاقة تسوّق خطاباً إعلامياً يعمل على زرع روح الهزيمة المعنوية، واحتقار الذات الحضارية، والتركيز على العيوب والسلبيات وتضخيمها، وترسيخ ما تسميه الدكتورة نادية مصطفى «استعمار العقول»، أو ما يسميه مراد هوفمان «خواء الذات».

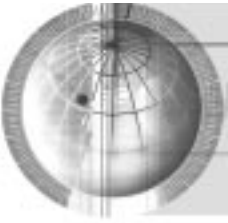
في هذا السياق تبرز ضرورة وجود «الإعلام المقاوم» الذي يدعم مشاريع المقاومة والجهاد ضد الاحتلال الأمريكي والصهيوني بأبعاد نفسية وإعلامية؛ تقوم على دعم ومساندة المجاهدين وحركات المقاومة هناك، ويحرضهم على الجهاد والمقاومة، في الوقت الذي يكشف فيه عن حجم خسائر قوات الاحتلال وانتهاكاته لحقوق الإنسان وجرائمه بحق المدنيين. كما يعمل على تحصين البيت الداخلي من الاختراق وتسرب روح الهزيمة واليأس والإحباط، والتي للأسف يساهم في نشرها - بالإضافة إلى الإعلام الغربي - عدد من الكتاب العرب الذين فقدوا البوصلة ونسوا الانتماء الحضاري ومعانيه واستحقاقاته، أو رضوا بأن يكونوا مرتزقة يسخرّون أعلامهم ضد نهضة أمتهم^(٢).

إن مشروعية الإعلام المقاوم موجودة وراسخة في مصادر التنظير الإسلامي الأساسية (الكتاب والسنة الصحيحة)، ومن ذلك الآية الكريمة: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ حَرِّضِ الْمُؤْمِنِينَ عَلَى الْقِتَالِ إِنْ يَكُنْ مِنْكُمْ عِشْرُونَ صَابِرُونَ يَغْلِبُوا مِائَتِينَ وَإِنْ يَكُنْ مِنْكُمْ مِائَةٌ يَغْلِبُوا أَلْفًا مِّنَ الَّذِينَ كَفَرُوا بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَفْقَهُونَ﴾ [الأنفال: ٦٥]. وقول الرسول ﷺ: «جاهدوا المشركين بأنفسكم وأموالكم وأيديكم»^(٣).

٢ - إذا كان الجانب العسكري من أبرز جوانب مشروع الهيمنة الأمريكية، وهو الجانب الظاهر إلى العيان؛ فإن الجانب الأخطر من هذا المشروع يتمثل في البعد الثقافي والإعلامي، أو ما يرتبط بنشر النموذج الأمريكي في مختلف نواحي الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية، وتؤدي وسائل الإعلام في هذا المجال دوراً كبيراً؛ إذ تشير دراسات متعددة إلى أنّ نسبة كبيرة من المواد الإعلامية التي تُشاهد عبر العالم وتؤثر في قيم وسلوك الجمهور وآرائه وتوجهاته (برامج ترفيهية، أفلام، إنترنت، أفلام سينمائية...) هي أمريكية؛ مع الأخذ بالاعتبار أن الصورة الإعلامية والمشاهد (التلفزيونية) أصبحت منتجاً ثقافياً محملاً بالقيم والمضامين الفكرية والثقافية يعبر الأشخاص والحضارات والمجتمعات، ويشكّل صوراً ذهنية غمطية كاذبة في أغلب الأحيان،

(١) انظر: محمد سليمان أبو رمان، من الاحتواء إلى تغيير الأنظمة: السياسة الأمريكية في الشرق الأوسط بعد ١١ أيلول، مجلة الإسلام اليوم الإلكترونية، www.islamtoday.net، ملف: (عامان على سبتمبر) باب الدراسات.
(٢) انظر: إبراهيم غرايبة، الاستراتيجية الثقافية للولايات المتحدة بعد ١١ سبتمبر، www.aljazeera.net، ملف العلاقات العربية الأمريكية، ١٨/٣/٢٠٠٣ م.
(٣) أخرجه أحمد، المسند، رقم ١٢٠٩٧.





خاصة عن المجتمع الأمريكي، تُسوّق النموذج الأمريكي وتميزه الوهمي على مستوى العالم^(١). هذا النوع من التأثير الخطير والمتزايد على المجتمعات والثقافة الإسلامية، هو أشد فتكاً وأكثر خطراً، وقد أكد أهمية هذا الجانب من القوة الأمريكية عدد كبير من المنظرين الأمريكيين؛ مثل بريجنسكي، وكيسنجر، وأبرزهم «جوزيفناي» الذي كتب عما سماه القوة الناعمة (The Soft Power)، والتي تقوم بدور أخطر وأهم من القوة العسكرية في نشر وتعميم النموذج الأمريكي وتهديم الحصون الفكرية والثقافية التي تحاول مقاومتها^(٢). كما برز في هذا الإطار ما يُسمّى بالدبلوماسية الثقافية أو الأهلية التي دعت إليها تقارير أخيرة صادرة عن منظرين وساسة أمريكيان؛ أبرزها (تقرير إدوارد جرجيان) الذي يدعو إلى الاهتمام بالجانب الثقافي وبناء جسور العلاقة بين الولايات المتحدة وبين المجتمعات والمتقنين العرب؛ من خلال المنح والدراسات والمراكز الثقافية الأمريكية، وأقسام الدراسات الأمريكية التي تفتح في عدد كبير من دول العالم العربي^(٣). إذن في مقابل هذا الفيضان الإعلامي والثقافي. وفي ظل تزايد أعداد المتأثرين والمنبهرين أو المسوقين للمشروع الأمريكي في العالم الإسلامي؛ تبرز ضرورة ماسة لوجود «الإعلام الحضاري» الذي يقدم البديل الحضاري الإسلامي المستند على عقيدة وقيم وثقافة مختلفة متأصلة على الدين وما ينبثق عنه من فلسفة كونية تُعلي من شأن الروح والخلق وقيم الوسطية والاعتدال؛ في مواجهة الروح المادية المتوحشة في الثقافة الأمريكية وقيم الاستهلاك وظواهر اللاأدرية والنفعية والأنانية التي تكتسح المجتمع الغربي، والتي ساهم الإعلام الغربي إلى درجة كبيرة في بروزها. كما يخاطب الإعلام الحضاري الإسلامي الإنسان بمنطق المسؤولية الدينية والأخلاقية والخير العام، وليس بمنطق الربح والمتعة والشهوة التي تسود في النموذج الإعلامي الأمريكي^(٤).

٣ - وما يَزَكِّي أهمية الإعلام الإسلامي وضرورة العمل على تطويره اليوم؛ قضية الترابط والتعاون بين طبيعة الدعوة الإسلامية ومسؤولية الإعلام والبلاغ والبيان؛ فالدعوة الإسلامية هي في الأصل رسالة وبلاغ وبيان وإخبار للناس عن طبيعة الدين ومقاصده ومبادئه العامة وأحكامه وشرائعه. إلخ. والإعلام هو الوسيلة المباشرة في إيصال الرسالة الإسلامية ونشرها من خلال جميع الأدوات المتاحة المتاحة، ومن ثمّ يمكن استثمار التقنية الحديثة كالفصائيات والتلفاز والإنترنت وكل الوسائل الأخرى لخدمة أغراض الدعوة الإسلامية في نطاق الضوابط والأحكام الشرعية.

(١) انظر: د. ماجدة صالح، الآثار الإعلامية والثقافية للعولمة على دول المنطقة وإمكانية مواجهتها، مرجع سابق، ص (٢١٤-٢١٧).

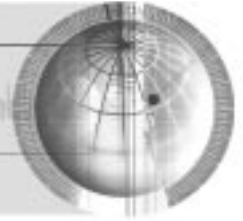
(٢) انظر: ١٩٩٩م، Joseph Nye, Redefining the National interest, Foreign Affairs, July/ August, p 24.

(٣) انظر: إدوارد جرجيان، تغيير العقول لكسب السلام، مجلة المستقبل العربي، ع ٢٧٦، ١١/٢٠٠٣م، ص (١٠٣-١٠٦).

(٤) انظر: مراد هوفمان، خواء الذات والأدمغة المستعمرة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٣م، ص (٧٤-٧٥).



غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



من هنا تأتي أهمية «الإعلام الدعوي» الذي يقوم من أجل تحقيق ثلاثة أهداف رئيسة مرتبطة بالوظيفة الدعوية له، وهي: تلاوة الذكر أو التعريف بالشرع، و التزكية أو التربية الدينية والاجتماعية، وتعليم أحكام الإسلام وشرائعه، وهذه الأهداف يمكن استنباطها من الآية الكريمة: ﴿كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُو عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ﴾ [البقرة: ١٥١]. في هذا السياق؛ فإن الإعلام الدعوي يتعاقب مع مفهومات: قول معروف، الكلمة الطيبة، الهداية، الموعدة الحسنة، الحكمة، وكلها تشير إلى الدعوة الإسلامية وأهميتها وحكمها واستحقاقاتها وعوائدها على الداعي والمدعو.

حالة الإعلام الإسلامي اليوم:

إذا انتقلنا من الشق النظري المرتبط بمفهوم الإعلام الإسلامي وأهميته؛ إلى الجانب الواقعي الذي يشير إلى حالة الإعلام الإسلامي في هذه المرحلة؛ سنجد أننا أمام فجوة حقيقية بين الشقين، تتمثل في عدم وصول الإعلام الإسلامي بعد إلى المرحلة التي يحقق فيها الدور الحضاري المطلوب منه.

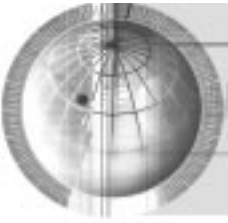
والملاحظة السابقة لا تنفي أن الإعلام الإسلامي قد شهد في الفترة الأخيرة مرحلة من التطور الكبير مستفيداً من ثورة الإنفوميديا التي اجتاحت العالم بما في ذلك العالم الإسلامي؛ إذ نظر الإسلاميون وأصحاب المشروع الإسلامي إلى ثورة الاتصالات على أنها فرصة مواتية للانعقاد من استبداد الحكومات وتغولها على الحريات العامة وحقوق الإنسان، فاندفعوا من كل صوب يقيمون المؤسسات الإعلامية سواء في الحقل الإعلامي المقروء أو الإعلام المرئي أو شبكة الإنترنت.

فلقد كان الإعلام الإسلامي في العقود السابقة مقتصرًا في الأغلب الأعم على مؤسسات الدولة في الدول العربية، والتي احتكرت المؤسسات الإعلامية (السمع بصرية) والمقروءة؛ باستثناء بعض الصحف والمجلات الإسلامية، واقتصر البعد الإسلامي على برامج دينية محددة ضمن الإعلام العام، وبنسبة ضئيلة من البرامج التلفزيونية أو الإذاعية تُقدّم بطريقة بعيدة عن أية محاولة إبداعية للتأثير في الجمهور، بل على النقيض من ذلك كانت تُقدّم بحالة من الجمود والرتابة وبإخراج رديء، فتثير الملل لدى المشاهد أو المستمع، وتؤدي دوراً سلبياً واضحاً، بينما يُخدم الفيلم أو المسلسل والبرنامج الهابط بطريقة كبيرة جداً، ويتحلق الناس حوله في رغبة شديدة للمتابعة^(١)!

في مقابل هذه الحالة؛ نشطت المجلات والصحف الإسلامية التي كانت تصدرها حركات أو جماعات أو مؤسسات إسلامية، وكذلك انتشرت أشرطة الكاسيت بما تحتوي عليه من تلاوات قرآنية ومواعظ إيمانية ودروس فقهية وفكرية، وقد أدت جميعها دوراً مهماً في خدمة الدعوة الإسلامية وأهدافها، وساهمت في تشكل معالم البديل الإعلامي الإسلامي في تلك الفترة، إلا أن هذا النشاط بقي محدوداً ومحصوراً في

(١) انظر: عبد القادر طاش، مرجع سابق، ص ٢٥.





فوز العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



فئات معينة - وإن كانت متزايدة -، كما أن جزءاً من هذا الإنتاج الإعلامي ظل أسير الأهداف الخاصة بحركات إسلامية؛ مما غلب الأبعاد السياسية في كثير من الأحيان على الأبعاد الأخرى.

لكن مع بداية العقد التاسع من القرن العشرين الميلادي بدأ الإعلام الإسلامي يشهد نقلة نوعية وسريعة، وشهد قفزة هائلة مهمة؛ بحيث انطلق أصحاب المشروع الإسلامي مستثمرين ثورة الإنفوميديا، فازدادت المطبوعات الإسلامية بشكل كبير وتنوعت موضوعاتها، وتأسست مئات المواقع الإسلامية على شبكة المعلومات العالمية الإنترنت، وظهر تأثير كبير لها، وأدت دوراً مميزاً في خدمة مختلف أهداف الدعوة، إلى درجة أصبح فيها الكثير من المحللين والمفكرين الغربيين والعرب يتحدثون عن الجهاد عبر الهاتف المحمول والإنترنت^(١)، وبدأت مع الوقت الكثير من العلاقات الدعوية تنمو عبر الشبكة العالمية (الإنترنت)، وتشكل شبكات تنقل المعلومات والأفكار في مجال الدعوة والفكر الإسلامي؛ بما يعمل على شحذ الوعي الديني والفكري لدى العديد من الشباب المسلم، وأصبحت شبكة الإنترنت بحق أداة مهمة في نشر الوعي الإسلامي بروافده الفكرية والفقهية والتربوية.

ولم يقف الأمر عند حدود المجالات أو المواقع الإلكترونية أو رسائل الهاتف المحمول؛ بل شهدت الفترة الأخيرة ميلاد عدة قنوات فضائية إسلامية، وتمكنت من اكتساب موضع قدم لها في سوق الفضائيات العربية، وبدأت تدخل ميدان المنافسة على اكتساب الجمهور، وحقت تقدماً جيداً، وكان من الواضح أنها تتطور في مستوى أدائها وبرامجها مع مرور الوقت، وأبرز هذه المحطات الفضائية: قناة المجد، ويتوقع في الفترة القريبة ظهور قنوات فضائية أخرى.

كما زادت مساحة البرامج الإسلامية في الفضائيات الأخرى، وبدأت تبتكر وتنوع في برامجها الإسلامية سعياً لاجتذاب الجمهور الإسلامي المتنامي بشكل كبير، فبدأت بتقديم برامج حوارية إسلامية، وحلقات وعظية لعدد من الدعاة المعروفين، وقد استطاع عدد من الدعاة أن ينافسوا بمهاراتهم الوعظية وأسلوبهم الدعوي عدداً من مشاهير الفن والإعلام، وأن يصبحوا حالات جديدة على صعيد الإعلام العربي، وتمكنوا من التأثير في أعداد هائلة وكبيرة من الشباب العربي والمسلم، بل عدد كبير من الإعلاميين والفنانين العرب.

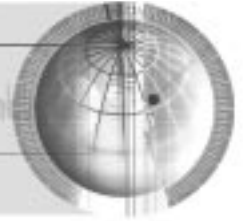
وفي السنوات الأخيرة، خاصة بعد أحداث ١١ أيلول وما سمي بالحرب على الإرهاب، ومن ثم في حرب الخليج الثالثة، برز نشاط إعلامي إسلامي مكثف ومتقن في التصدي للحملة الأمريكية على العالم الإسلامي، وقد أدت المؤسسات الإعلامية الإسلامية دوراً مهماً في تعبئة الرأي العام ضد الغزو وأبعاده، وتطور الأمر إلى حدوث حروب إلكترونية على شبكة الإنترنت بين المواقع الإسلامية وبين المواقع الصهيونية والأمريكية المتطرفة، وبدأت معالم إعلام إسلامي (مجاهد، مقاوم، دعوي، حضاري) تتشكل في مواجهة الإعلام

(١) انظر: مقال محمد جمال عرفة، الجهاد عبر الموبايل والإنترنت، www.islamonline.net.





غزو العراق بين الإعلام الغربي والإعلام العربي



الأمريكي والصهيوني المتطور، والذي يمتلك كل أسباب القوة المادية والمهنية .

تقييم عام:

على الرغم من القفزة الإعلامية الإسلامية الأخيرة، ودخول الإعلام الإسلامي إلى مرحلة جديدة في أداء وظيفته الحضارية ومسؤوليته الشرعية؛ فإن هناك ملاحظات متعددة على أداء الإعلام وعطائه؛ منها:

١ - أن بعض الإعلام الإسلامي ما زال أسير حالة التكرار والاجترار وعدم الوصول إلى المرحلة التي تتكامل فيها الجهود وتتنوع؛ كي تساهم معاً في تحقيق الأهداف المنشودة، وما زال هناك تشتت في الجهود وتغليب عدد من المؤسسات الإعلامية للأهداف الخاصة على حساب العامة، ولم تستطع العديد من هذه المؤسسات الانعتاق من المنطق الفتوي المرتبط بحزب أو فرقة أو شيخ أو طائفة، وقليلة تلك المؤسسات الإعلامية التي تمكنت من تغليب الخطاب العام متجرداً من الأبعاد الفتوية والخاصة .

كما أن هناك إهداراً للجهود بتكرار نشاط الآخرين على الرغم من وجود مساحات إعلامية شاسعة لم يقتحمها الإعلام الإسلامي بعد، وفي هذا إهدار للوقت والجهد والمال، تغيب لأولويات الإعلام الإسلامي التي تساهم في ترشيد المؤسسات الإعلامية، ورسم خريطة التحديات المستقبلية والخطوات القادمة في مسيرة الإعلام الإسلامي . ومن الحقول التي ما زالت غائبة على هذا الصعيد: الإعلام الإسلامي باللغة الإنجليزية، إعلام الأقليات الإسلامية في العالم، دور مراكز الدراسات في صياغة الخطاب الإعلامي الإسلامي . . ونحوها .

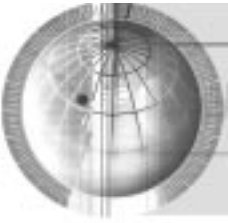
٢ - ضعف الجانب المهني في كثير من المؤسسات الإعلامية، وعدم التمييز بين أهل الفتوى والفكرة الإسلامية وبين أهل المهنة الإعلامية، والخلط بين تخصصات ومفاهيم الإدارة والإعلام والوعظ والفكر؛ مما أديب أحياناً إلى تخبط وإهدار لكثير من الجهود؛ كان يمكن أن نستثمرها بدلاً من حالة النزيف الكبيرة الحالية .

كما أن هذا الضعف أدى في بعض الأحيان إلى تشويه الخطاب الإسلامي بدلاً من خدمته، فلا يكفي نقاء الفكرة وصدقها أو عمقها لنجاحها إعلامياً، بل لا بد من إخراجها وإنتاجها بشكل مناسب، وإلا فإن هذه الفكرة ستشوه أو تذهب هدراً .

٣ - ما زال الإعلام الإسلامي يستورد جزءاً أساسياً من الثقافة الغربية، وما زالت مراكز الاتصالات العالمية التي تتحكم في أغلب ثقافة الإعلام موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية .

٤ - كما أن الإعلام الإسلامي ما زال عبئاً مالياً على أموال الوقف أو التبرعات، ولم يصل بعد إلى مرحلة الدخول في اقتصاد الإعلام والمعرفة، وأن يتمكن من تحقيق مستوى من الربح يعوض الأموال الهائلة التي

(١) انظر: د. كرم شلبي، مرجع سابق، ص ٣٦ .



تصرف عليه ، وإذا كان هناك مؤسسات إعلامية لا بد أن تبقى مسؤولة أخلاقية مرتبطة بالتبرعات والمؤسسات والوقف ؛ فإن باقي المؤسسات الإعلامية لا بد أن تتحرر من ذلك ، أن تدرس سوق المعرفة والإعلام لتنفك من اعتمادها على التبرعات والصدقات .

٥ - ما زال هناك خلاف فقهي في كثير من المسائل المرتبطة بالإعلام كالتمثيل والصورة والظل والموسيقى . . الخ ، وهذه بحاجة إلى اجتهاد معاصر يعالجها وينهي الجزء الأكبر من الخلاف حولها^(١) .

آفاق المستقبل:

في هذا الجزء ، وبناء على ما سبق ، لن نتناول سوى ملاحظة واحدة نعتقد أنها تقع على رأس أهداف الإعلام الإسلامي للمرحلة القادمة ، وهي ضرورة انتقال الإعلام الإسلامي من مرحلة الارتجال والمبادرة الفردية والعفوية وإهمال الجانب المهني إلى مرحلة المؤسسية والعمل المهني المخطط والمنهجي والمركّز على دراسات علم الاجتماع والنفس والفقه والإعلام والسياسة ؛ بمعنى : دخول المعرفة المتخصصة بشكل واضح وعميق في صياغة الخبر الإعلامي وفي الإعداد ل (البرامج المختلفة) ، واعتماد المؤسسات الإعلامية الإسلامية (المجلات ، الإذاعات ، الفضائيات ، وكالات الأنباء ، مواقع الإنترنت) على الدراسات المتخصصة والعلمية في الإعداد لبرامجها ونشاطها الإعلامي بشكل عام^(١) .

ففي ظل الحرب النفسية والخطورة المتزايدة للإعلام في عالم اليوم والغد ؛ لا مجال للعبث والاستهتار بالجهد والمال والوقت ، بل هناك ضرورة ماسة إلى الجدية والمؤسسية في العمل الإعلامي الإسلامي .

ويترتب على الملاحظة السابقة عدة ملاحظات فرعية :

- ضرورة وجود فريق من المتخصصين يتولى المساهمة في إدارة المؤسسات الإعلامية والإشراف على نشاطها وبرامجها .

- الاهتمام بالدراسات الإعلامية المتخصصة ، وتطوير مستوى التراكم البحثي والخبرة المعرفية في حقل الإعلام ، ودعم النشاط الإعلامي الإسلامي بهذه الخبرة لتساهم في تنميته وتطويره .

- الانتباه إلى تغيُّل وسائل الإعلام الجديدة (البصرية والإلكترونية) على حساب الوسائل التقليدية : المجلات ، الصحف ، الكتب . . ، والعمل على بناء مشروعات ثقافية واجتماعية تعيد الاعتبار للإعلام أو الثقافة المكتوبة ؛ لما لها من أبعاد وأهمية لا تتوافر في الوسائل الحديثة .

(١) انظر: خالد حسن ، ثم . . ماذا بعد؟! ، مجلة العصر الإلكترونية www.alasr.ws ، ١٨ / ١٢ / ٢٠٠٣ م .

