

ملاحظات أوليّة حول : السياسات الإعلامية العربيّة وتأثيرها في الأدب

صفوان قسيح

والمؤقت، اي من حيث كونه تكتيكاً يعني باللحظة الراهنة، ويتعامل مع الواقع في صورته الماثلة للعيان، الى مستوى آخر هو مزيج من الاهتمام بالآني والدائم، وبالعارض والجوهري، وبالمؤقت والمستمر. اي انها تسعى الى تطعيم الإعلام برؤية استراتيجية تقوم على كسر قشرة الواقع الخارجي، والتغلغل في أعماقه، والتجول في ردهاته الواسعة والفسحة، والإبحار في محيطاته الهائلة الاتساع.

وإذا كانت الثقافة تحقّق أحياناً في القيام بهذه المهمة الشاقة والعسيرة، فانها تنجح في أحيان أخرى في أداء مهمتها. هذه المهمة الشاقة والعسيرة لا تقوم فقط على الحدّ من طغيان الإعلام واستبداده الذي لا يتوقف عنه أية حدود، وانما تقوم في الوقت نفسه على تطوير رؤية الإعلام التكتيكية، ونظراته الآنية والعارضة والمؤقتة، بحيث تكتسب قدراً من القدرة على التعامل مع الواقع من منظوراً استراتيجي يقوم على ايثار ما هو دائم على ما هو مؤقت، وعلى تفضيل ما هو جوهري على ما هو عارض. وبكلمات موجزة ومختزلة، فان الثقافة تحاول ان تقوم بتطعيم الإعلام بقدر من استراتيجيتها على حساب قدر آخر من تكتيكه.

ثالثاً:

إن الآثار المترتبة على الغزو الإعلامي للثقافة انما تبدو ماثلة قبل كل شيء في إخضاع الأدب لمفهوم السلعة. فمنذ أن اتسع تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية، وهي وسائل متعددة ومتفاوتة التأثير، دخل على الأدب مفهوم السلعة. بمعنى أن الإعلام أفلح في استدراج الأدب الى مواقع يتنازل فيها عن العديد من قيمه ومثله العليا، بمثل ما أفلح في استدراج الأديب الى مواقع يتنازل فيها عن قيمه الفنية ومثله الأخلاقية. لقد تحوّل النص الأدبي الى سلعة يجري عرضها في أسواق البيع والشراء، لكن الأسواق التي تفرض شروطها، ولا تسمح للنص الأدبي بأن يفرض أية شروط. ان مفهوم السلعة هو الذي جعل النصوص الأدبية أقل استعداداً للتمسك بقيمها الفنية ومثلها مستوى معين من الأدب، والذي يسعى الى ارضاء الذوق العام بطريقة تنحدر

سوف أقصر كلامي على بعض الملاحظات الأولية التي نستطيع أن نفسح الطريق أمام أية محاولات مبدولة من أجل تحديد طبيعة الآثار المترتبة على ما يمكن أن نطلق عليه اسم الغزو الاعلامي للثقافة والأدب. لذلك فإن استقصاء هذه الآثار بالدقة التي يتطلبها البحث العلمي، انما يستدعي القيام بدراسات على أرض الواقع تنهض الى رسم خارطة تفصيلية للمشهد الاعلامي العربي، بتضاريسه الدقيقة ايضاً، بحثاً عن العلاقة القائمة بين المشهدين، وتعييناً للاثار المترتبة على تلك العلاقة.

اولاً:

ان العلاقة القائمة بين الاعلام والثقافة ليست علاقة من طرف واحد، وانما هي علاقة متبادلة. لذلك ان الاعلام الذي يمارس على الثقافة تأثيراً غير محدود، انما يقع هو نفسه تحت تأثير الثقافة التي لا تكف هي بدورها عن ممارسة شكل من أشكال الفعالية على الإعلام. وحين يذهب بنا الظنّ في لحظة من اللحظات الى أن هذه العلاقة بين الإعلام والثقافة انما تقوم على تأثير مائل او مقارب، فإننا نكون بذلك قد وقعنا في خطأ جسيم. صحيح أن المعادلة القائمة بين التأثيرين ليست معادلة متكافئة بحال من الأحوال، وليست معادلة متوازنة في الوقت نفسه، وانما هي معادلة يطغى طرفها الاول على طرفها الثاني طغياناً غير محدود، لكن الصحيح ايضاً هو أن الطرف الذي يقع عليه الظلم في هذه المعادلة لا يكف عن بذل ما يستطيعه من جهد بهدف إجراء تعديل جذري يكون من شأنه أن يعيد للثقافة دورها وفعاليتها وقدرتها على التأثير. وأية محاولة لتصوير الأمر على نحو مغاير، انما تؤدي في نهاية المطاف الى حذف قدرة الثقافة على التأثير، والى نفي دورها، والى إلغاء فعاليتها.

ثانياً:

وعلى الرغم من التأثير السلبي الذي يمارسه الإعلام على الثقافة فان الثقافة تمارس على الإعلام تأثيراً إيجابياً. إنها تحاول ان ترتقي بالاعلام من حيث هو يهتم بالآني والعارض

بهذا الذوق العام الى مستويات أدنى، بدلا من أن ترتقي به الى مستويات أعلى. ان هذه النصوص الأدبية أضحت عرضة للمساومة المتذلة وبدلا من أن تملي هذه النصوص شروطها، فإنها أضحت قابلة للاستسلام أمام أية شروط تملي عليها.

رابعاً:

ان بعض مظاهر الأسلوب الديماغوجي الذي يلجأ اليه الإعلام العربي، وعدم احترامه لعقل المواطن، قارئاً ومستمعا ومشاهداً، بل واستنباة هذا المواطن، ومخاطبته للغرائز البدائية في هذا المواطن، انتقلت عدواه الى النصوص الأدبية التي تتعامل مع هذا الإعلام. إن هذه النصوص أصبحت أكثر استجابة لإغراءات تقصي السهولة، والتعامل مع الغرائز البدائية، واحتقار العقل، وانتهاز عن القيم الفنية والجمالية لصالح القيم الاستهلاكية.

خامساً:

ان هذه العدوى لم تكن مقصورة على الأدب الذي يتعامل مع الإعلام وإنما انتقلت الى الأدب الذي لا يتعامل مع الإعلام. لقد أصبح الأدب مشغولاً بارضاء القيم التي تواضع عليها المجتمع وبدلاً من أن يقوم هذا الأدب بدور المحرض، فإنه تنازل عن هذا الدور لصالح دور آخر يقوم على التواطؤ والمسايرة، بل وأحياناً على الغش والتدليس.

سادساً:

ان وسائل الاتصال الجماهيرية، المقروءة والمسموعة والمرئية، نسجت لنفسها منطقتها الخاص، وهو منطق يقوم على أن هذه الوسائل هي الباب الضيق الذي لا يملك الكاتب أو الأديب أن يصل الى جمهوره الواسع والعريض إلا بعد اجتيازه الباب الضيق. ولم يكن ذلك مجرد منطق قائم على الوهم وخداع النفس. بل لعل العكس هو الصحيح. ولعل نظرة متفحصة نلقيها على المشهد الأدبي العربي، تستطيع أن تختصر الأمر كله وتحتزله في كلمات معدودات، وهي أن هذه الوسائل تملك المفتاح السحري الذي لا تستعصي عليه أقفال الدنيا جميعها. فمن هذا الباب الضيق، يعبر الكتاب والأديب الى جمهورهم. ان الذين يقرأون الصحيفة، أو يستمعون الى المذياع، أو يجلسون أمام الشاشة الصغيرة، هم أكثر عدداً بآلاف المرات من أولئك الذين يقتنون كتاباً أو يطالعون فيه، وبالتالي، فإن الأديب المقروء في كتاب هو أقل شأنًا، من حيث الشهرة على الأقل، من الأديب المقروء في صحيفة، أو المسموع في إذاعة، أو المرئي في تلفزيون.

سابعاً:

ان علينا هنا أن نميز بين ثلاث كلمات: الضجة والشهرة

والتقدير، فلكل كلمة معناها الذي لا يجوز له أن يحتلط بمعنى الكلمة الأخرى. فالضجة هي دون الشهرة بكل تأكيد، والشهرة لا ترقى الى مستوى التقدير والتقدير يعلو على الضجة والشهرة ويسبقها. وحين يجري الحديث عن الباب الضيق الذي لا بدّ من عبوره للوصول الى التقدير. هذا الباب الضيق يستطيع أن يفضي الى الضجة، وهذا الباب الضيق أيضاً يستطيع أن يفضي الى الشهرة. لكن هذا الباب الضيق قلما يستطيع أن يفضي الى التقدير. وما زلت أذكر كيف أن أحد الكتاب عرض لهذه المسألة أيام كانت رواية «بوريس باسترناك» المسماة «دكتور جيفاغو» حديث القراء والنقاد. وكان مما قاله هذا الكاتب هو أن هذه الرواية بصرف النظر عما أصابها من الضجة أو الشهرة لم تستطيع أن تبغ مرتبة التقدير.

وبهذا المعنى، يمكن القول ان وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تثير ضجة ما حول كاتب، وتستطيع أن تحييط كاتباً ما بقدر آخر من الشهرة، لكن ذلك لا يكفي للانتقال بين الكاتب أو ذاك الى مرتبة التقدير. لأن هذه المرتبة لا تقرها وسائل الاتصال الجماهيرية، وإنما تقرها النظرة النقدية الفاحصة والمتأملّة، والتي تصنع لنفسها مقاييسها الفنية ومعاييرها الجمالية وقيمتها الاخلاقية للحكم على أديب ما، أو على عمل من أعماله.

ثامناً:

ان وسائل الاتصال الجماهيرية خلقت لنفسها لغتها الخاصة وهي لغة ذات خصائص ليست بالضرورة الخصائص نفسها التي تملكها لغة الأدب بل لعل العكس هو الصحيح. وكان واضحاً أن هذه اللغة الاعلامية انعكست سلباً على لغة الأدب. ولم يعد الأديب قادراً على الاحتواء بمملكة اللغة التي يستخدمها فقد تسربت الى هذه المملكة أصوات أخرى كان لها ضجيجها القادر على حذف بقية الأصوات أو خفضها على أقل تقدير.

تاسعاً:

ان وسائل الاتصال الجماهيرية وما طرأ عليها من تطورات هائلة أدت الى حدوث هزات كبرى على صعيد عالم القيم، وقد انعكست هذه الهزات على الثقافة والأدب بمقادير متفاوتة.

تلك هي بعض الملاحظات الأولية حول السياسات الاعلامية العربية وتأثيرها في الأدب، وهي ملاحظات أعتقد أنها تستطيع أن تقيم الأساس اللازم لدراسات تفصيلية يكون من شأنها أن تميظ اللثام على هذا التأثير من حيث درجته وحجمه وما يمكن أن يترتب عليه من نتائج.