أزمات الإعلام العربي المعاصر

بقلم الدكتور جمال أمين همام

مر الإعلام العربي بعدة أزمات جعلته يئن تحت وطأة مشكلات كبيرة في مجال سياسية كانت أم اقتصادية وتوجهات أيديولوجية، وهذه الأزمات ليست جديدة، لكنها زادت حدتها في السنوات الأخيرة، ومنذ منتصف القرن العشرين فقد الإعلام العربي استقلاليته جزئيًا، وكان ذلك لعدة أسباب، منها توظيف الإعلام لخدمة الأهداف السياسية، والصراعات الأيديولوجية التي شهدها العالم العربي، وكان أوجها في خمسينيات وستينيات القرن الماضي، التي جعلت الإعلام يذهب بعيدًا عن أداء رسالته الحقيقة، وينكفئ على ذاته داخل كل بلد عربي، أو يكون وسيلة للتراشق والاختلاف، وبالتوازي مع ذلك كانت الأمية وضعف التكنولوجيا وقلة الإمكانيات وصعوبة النقل والانتشار تحد من قوة وتأثير الإعلام، وإن كانت الإذاعة في تلك الحقبة من أهم وسائل الإعلام العربي إلى جانب الصحف، التي لعبت دورًا مهمًا في صياغة وجدان النخب في دول العالم العربي.

ثم تطورت صناعة الإعلام فيما بعد، وتوفرت المطابع الحديثة للصحف والمجلات، وانتشرت الفضائيات ودخلت الدول العربية في سباق البث الفضائي ومجال الأقمار الصناعية، وشهدت هذه الفترة أيضًا وفرة في الإعلانات التجارية ما أثر إيجابًا على مداخيل وسائل الإعلام، لكن مع إرهاصات ما يسمى بثورات الربيع العربي، ثم الدخول في مرحلة هذه الثورات، طرأت على ساحة الإعلام العربي الكثير من المتغيرات، وكان من أهم ملامح هذه الفترة التي ما زالت موجودة ما يلي:

- بروز دور وسائل الإعلام الخاصة بعيدًا عن سيطرة الحكومات، الأمر الذي أضعف دور الرقيب الحكومي، بل إن بعض الدول ألغت وزارة الإعلام، وكان لذلك دور إيجابي يتمثل في استقلال وسائل الإعلام، لكن كان له مظاهر سلبية، ومنها تدخل رأس المال في الإعلام سواء من حيث الملكية المباشرة، أو تحت تأثير الإعلان، إضافة إلى الكثرة العددية لوسائل الإعلام الخاصة على حساب جودة المنتج الإعلامي.

- التخندق في خنادق التبعية للحكومات أو لرجال الأعمال أي زيادة تأثير التبعية الإعلامية والسياسية على حساب الموضوعية والأمانة الإعلامية، وانعكس ذلك على الحروب الإعلامية

التي خاضتها وسائل الإعلام العربية متأثرة بمواقف حكوماتها أو مالكيها.

أتاحت التكنولوجيا الرقمية مساحة واسعة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بكل أنواعه، ما أدى إلى سهولة وسرعة وصول المعلومة ومشاركة المواطن العربي في صناعة المادة الإعلامية والتواجد في مواقع الأحداث، لكن من سلبياتها انتشار الإشاعات وبث الأخبار والمعلومات الكاذبة والترويج للأفكار الهدامة؛ حيث تعد هذه المواقع منصات إعلامية سهلة الاختراق والتوجيه من دول أو جماعات أو أجهزة استخبارات وغيرها، وهذا ما ظهر جليًا في التأثير على الرأي العام العربي خلال ما يسمى بثورات الربيع العربي.

معاناة الصحف الورقية من شح الإعلانات، وضعف التوزيع نتيجة منافسة الإعلام الجديد، لدرجة أن العديد من الصحف العربية ألغت طبعاتها الورقية، وبعضها في الطريق إلى الإغلاق، كما أنها استغنت عن الكثير من كوادرها الصحفية، وهذا في حد ذاته خطر كبير. كما أن هناك توجها نحو دمج العديد من الصحف الورقية لحمايتها من الاندثار وهذا التوجه مطروح بقوة في دول مجلس التعاون الخليجي.

... الإعلام العربي بصفة عامة يعيش أزمة تمويل صعبة، ما جعله تابعًا لتأثير التمويل، أو التبعية للحكومات ومن ثم تأثرت استقلاليته، والأزمة الاقتصادية للصحف أصبحت سمة عامة حتى في الدول العربية الغنية أو متوسطة الدخل، ما أدى مؤخرًا إلى تسريح الكثير من الصحفيين العرب بعد توقف إصدار صحفهم الورقية، أو تقليص عدد صفحاتها، بل بلغت الأزمة أشدها في الدول العربية ذات الدخل المنخفض، فقد نقلت صحيفة الشرق الأوسط عن الدكتور جورج صدقة عميد كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية: " إن وسائل الإعلام اللبنانية تمر بأزمة خانقة، ربما الأقسى في تاريخها، باتت تهدد وجودها واستمراريتها، تتمثل بتراجع مداخيلها إلى درجة أصبحت معها غير قادرة على دفع رواتب العاملين فيها، وراحت تسرح موظفيها كي لا تضطر إلى إقفال أبوابها".

أدت الظروف المشار إليها في النقاط السالفة الذكر وغيرها إلى تراجع تأثير الإعلام العربي وفتح الباب لوسائل التواصل الاجتماعي، وعودة دور شاعر القبيلة في كثير من الدول العربية، ما جعل الإعلام أداة للفرقة وليس لتوحيد الصف العربي، وهذا ما انعكس على علاقة الدول والشعوب العربية.

وفي غمرة الانشغال عن مخاطر ضعف الإعلام العربي، أو تبعيته، وفي ظل التناحر الإعلامي ودخوله في معارك حامية الوطيس بين الدول العربية وضد الأنظمة الحاكمة، عجزت جامعة الدول العربية عن إيجاد الحلول العملية لتفعيل ميثاق الشرف الإعلامي العربي، أو إيجاد مقاربات بين الدول العربية؛ حيث فشل وزراء الإعلام العرب قبل انفجار ما يسمى بثورات الربيع العربي في ذلك، الأمر الذي أصبح أكثر صعوبة بعد هذه الثورات وزيادة مساحات شقة الخلاف بين بعض الدول العربية وهذا ما تترجمه وسائل الإعلام مباشرة.

وفي مجمل القول يعيش الإعلام العربي أخطر مراحله، وفوق المعاناة والصراع الإعلامي العربي ـ العربي، ظهرت منافسة أكثر خطورة تتمثل في الإعلام الخارجي الموجه الذي يستهدف الدول العربية، وهو يأتي من مصادر إقليمية متعددة لعل منها: تركيا وإيران.

تركيا، دخلت ميدان التأثير على الرأي العام العربي من خلال قناة "تي آر تي " التركية باللغة العربية عام **2010**م، وحشدت لها كادرًا من الإعلاميين العرب، ثم افتتحت مكتبًا في القاهرة واعتمدت مراسلين من كافة الأقطار العربية، ما جعل لها وجودًا عربيًا يفوق قنوات عربية مماثلة، وكذلك وكالة الأناضول بالنشرة العربية، واستضافت أنقرة محطات فضائية وصحف معارضة للأنظمة العربية، وتبع ذلك افتتاح قنوات ومواقع تبث باللغة العربية، خاصة بعد اندلاع ما يسمى بثورات "الربيع العربي"، بل مخاطبة الرئيس التركي الرأي العام العربي على تويتر باللغة العربية.

أما إيران، فإنها تولي مخاطبة الرأي العام العربي أهمية قصوى، وتضع ذلك ضمن إستراتيجية الدولة التي تنفق قرابة ملياري دولار سنويًا على القنوات الفضائية وأكثرها موجه إلى الرأي العام العربي، فالنظام الإيراني لديه أكثر من **100** قناة موجهة إلى الخارج **75%** منها موجه للرأي العام العربي، إضافة إلى عشرة آلاف صفحة على الفيس بوك.

وهناك الكثير من الدول الأجنبية أيضًا تستهدف التأثير على الرأي العام العربي وتشوه الصورة النمطية العربية التي درج الإعلام الغربي على رسمها للعرب بغرض اختطاف الرأي العام العربي، أو الإساءة للعرب لدى الأجانب، فيما يظل الإعلام العربي دون استراتيجيات واضحة، ناهيك عن دوره في لمّ الشمل ومواجهة الأيديولوجيات المزاحمة له،

في غياب الرؤية والقدرة العربية الجامعة في ظل إعلام يرفع لواء التناحر والتقوقع والغياب عن الساحة الخارجية.