

د.الرشيد



من تجديد الخطاب...

إلى ترشيد الحوار

د.صالح بن المشايخ abam7@yahoo.com

ليس تجديد الخطاب بكل أصنافه والوانه، هو ما نحتاجه اليوم فحسب؛ بل وترشيد الحوار الدائر بيننا على كافة المستويات، لإشاعة خطاب وطني مسؤول، يقبل الذات قبل أن يقصي الآخر، فالعاقل من اعظ بغيره!

فالمفغرات المتلاحقة التي تشهدها الآونة الأخيرة، والعواقب: الإيجابية والسلبية المترتبة عليها، هي -في المقام الأول- وليدة حزمة من الخطابات المتدققة من جوانب متعددة، عبر وسائل الاتصال المختلفة: الجماهيرية والشخصية والوسيطية، فالتطورات المتلاحقة التي تشهدها وسائل الاتصال منذ عدة سنوات، أعلنت من قيمة هذه الوسائل في مختلف الحالات على نحو غير مسبق، فأضحت كقيلة بتوفير قنوات اتصالية لكل من يريد التعبير عن نفسه، وإبداء وجهة نظره إزاء الموضوعات والقضايا المختلفة، وتوصيل صوته للآخر، والتواصل معه، وتشكيل الجماعات الافتراضية على شبكة الإنترنت، بصرف النظر عن مدى رشد هذه الأصوات من عدمه، وهنا يختلط المحرقون في صناعة العملية الاتصالية بغيرهم من الهواة العابرين، إذ يصبح الكل صناعا للاتصال، وقائمين عليه، فمهم من بحسن، ومهم من يسيء، سواء أكان ذلك بقصد أو بدون قصد.

فعلی غرار ثنائية الخطاب الإعلامي المنطلق من أسلوب التفكير الذي لا يزال مهمنا علينا منذ عشرات السنوات، والذي يغلب عليه عادة النظرة أحادية الجانب: الإيجابية، أو السلبية للأدس والبوم وغدا- على غرار هذه الثنائية، تبرز الحوارات الدائرة بيننا اليوم، إما على نحو مباشر، أو تلك التي تنح من خلال وسائل الاتصال الوسيطة، وخاصة منها الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وهنا تأتي ضرورة العمل على خلق مبادئ ثقافة الحوار ومفاهيمه وأصوله، ونشرها بين أفراد المجتمع، وخاصة منهم الشباب الذي يمثل أبرز الفئات المستخدمة لهذه الشبكات الإلكترونية، حتى تكون إضافة هامة للتقريب فيما بيننا، وليس لمزيد من التخندق، وتعزيز الفركة

والإختلاف بين الأفراد والجماعات، فلا أحد يملك الحقيقة المطلقة، وترشيد الخطاب الحواري، لا يقل أهمية عن ترشيد صنوف الخطاب الأخرى.
أما تجديد الخطاب، بمفهومه العام، فليس ثمة شك في كونه ضرورة ملحة، وإبقائه على قائمة أجدنتنا الوطنية، فنحن في حاجة ماسة إلى تجديد الخطاب الاتصالي والإعلامي والديني والسياسي، وغيره من أنواع الخطابات الأخرى، بحيث يستوعب المتغيرات العصرية، ويتناغم مع مستجدات المرحلة الراهنة، في إطار يتسم بالمسئول، ويترك خصوصية البيئة وأهلها، فكم من راغب في الإصلاح، كحاطب بلبل، أساء من حيث لم يدري، أو انتهى به المطاف إلى غير الوجهة التي كان يقصدها، وإن لنا في الأحداث التي تجري من حولنا لذكرى لمن كان له قلب أو ألقى السمع وهو شهيد!

دنيا الإعلام

ما بين خشبة النجاة من الأزمنة أو مسؤول عن حدوثها ينظر إلى وسائل الإعلام ؛

تختلف الدراسات الخاصة بالعلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات حسب منطلقات الباحث أو الدارس ورؤيته لها. فإذا كان ينطلق من موقع المسؤول في المؤسسة المعنية مباشرة بالأزمة (رجل العلاقات العامة، مدير عام، مدير تنفيذي، مسؤول سياسي سام) فإنه يتشغل بمسألة ادارتها. ومن هذا المنطلق يعتبر وسائل الإعلام خشبة النجاة من الأزمة أو وسيلة تسويتها أما إذا كان ينطلق من وسائل الإعلام الحديث عن علاقتها بالأزمة فإنه ينظر إليها كمشريك في حدوثها أو مسؤول عن حدوثها ففي هذه الحالة لا ينظر لوسائل الإعلام كوسيلة لحل الأزمة بل كجزء أساسي من الأزمة وإذا كان المنطلق الأول لم يشر أي نقاش ماعدا بعض الاعتراض عن اختصار وسائل الإعلام في الأداة التقنية التي تساهم بفاعلية في حل الأزمة وتسويتها، فإن المنطق الثاني يطرح الكثير من النقاش المتعلق بعلاقة وسائل الإعلام المعقدة، وحتى المتعارضة، بالأزمات، والتي تحيلنا إلى النقاش حول علاقة وسائل الإعلام بالواقع، والذي لخصه عالم الاجتماع لويس كييري فيمالي؛ (إن الواقع الذي تطلعنا عليه وسائل الإعلام يحمل طابعا متناقضا. لأنه انعكاس للواقع وبدليل لرجعيته في ذات الوقت، أو يقوم مقامها. فوسائل الإعلام تبدو أنها تعيد إنتاج الواقع بينما تقوم بتشكيله قطعة قطعة، ليملك مظاهر صورة طبق الأصل للواقع ويشكل للواقع له في آن واحد..)

تقرير/ عارفا الاتام

كيف تبنى وسائل الإعلام الواقع؟

ويضيف د. نصر الدين لعباضي، كلية الاتصال، جامعة الشارقة في دراسته "وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات" أنه رغم بعض المحاولات التي حاولت التفكير في وسائل الإعلام بعدة مفاهيمية جديدة، إلا أن جل الدراسات الإعلامية تنطلق بشكل صريح أو ضمني من تصور جاهز بان وسائل الإعلام تعكس الواقع وتعتبر عنه، ولا تعد ويشكله، وإن كان بعضها ينفي هذا الانعكاس لاعقاده بان وسائل الإعلام تروى الواقع من باب التحليل والدعاية، ويهدأ فإن هذا الفعلي لا يتراح من حقيقة الواحدة والوحيدة التي تؤكدها الثنائية التالية: إما أن وسائل الإعلام تعكس الواقع بشكل دقيق أو أنها تنتكر له. إنها الحقيقة التي تلترزم الصمت تجاه السؤال التالي: كيف تروى وسائل الإعلام حتى تطابق بينها وبين الصورة التي تطلعها عنه أو تحرفها؟

وهذه الدراسة التي شارك فيها الباحث في مؤتمر الإعلام والأزمات التي نظمته كلية الاتصال، جامعة الشارقة لا تنطلق من الافتراض الذي مفاده أن وسائل الإعلام تفرك الكثير من الأزمات دون أن يكون لها أي وجود فعلي في الواقع، وهو الافتراض الذي يلقي روجا كبيرا في الأوساط التي تهتم بوسائل الإعلام بتسليع الخوف الذي يعد الشرط الأساسي لإبراز الأزمة، أنه تحول إلى وسيلة للترويج لوسائل الإعلام ورفع شعبيتها، والصاح أامة من أدوات التحكم السياسي في العصر الحالي. فهذه الدراسة تنطلق من أن الأزمات هي نتاج لعدة مرجعيات فعلية وواقعية، أي موضوعية التي تحولها وسائل الإعلام لدى الجمهور إلى تمثي رمزي للواقع، وتمنحها، بالتالي، بعدا ذاتيا على هذا الأساس يحاول هذا الدراس أن يدرس العلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات من منظور النظرية البنائية. ويهدأ فإنه يشكل تحديا للدراسات التي اهتمت بتمثل الواقع في وسائل الإعلام وقيام وسائل الإعلام بالوساطة بين جمهورها والواقع.

وهذه الدراسة التي شارك فيها الباحث في مؤتمر الإعلام والأزمات التي نظمته كلية الاتصال، جامعة الشارقة لا تنطلق من الافتراض الذي مفاده أن وسائل الإعلام تفرك الكثير من الأزمات دون أن يكون لها أي وجود فعلي في الواقع، وهو الافتراض الذي يلقي روجا كبيرا في الأوساط التي تهتم بوسائل الإعلام بتسليع الخوف الذي يعد الشرط الأساسي لإبراز الأزمة، أنه تحول إلى وسيلة للترويج لوسائل الإعلام ورفع شعبيتها، والصاح أامة من أدوات التحكم السياسي في العصر الحالي. فهذه الدراسة تنطلق من أن الأزمات هي نتاج لعدة مرجعيات فعلية وواقعية، أي موضوعية التي تحولها وسائل الإعلام لدى الجمهور إلى تمثي رمزي للواقع، وتمنحها، بالتالي، بعدا ذاتيا على هذا الأساس يحاول هذا الدراس أن يدرس العلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات من منظور النظرية البنائية. ويهدأ فإنه يشكل تحديا للدراسات التي اهتمت بتمثل الواقع في وسائل الإعلام وقيام وسائل الإعلام بالوساطة بين جمهورها والواقع.

"تدريم "الأزمة

وحول إمكانية التمييز بين الحدث والأزمة يرى لعباضي: أن الإجابة على الصعيد العملي تبدو في غاية الصعوبة، فإضافة إلى العاملين: السياسي والثقافي، تتدخل العديد من العوامل وتضغف لتتجسيم بعض الأزمات وتحولها إلى مورد أحداث Factsوالصعاب لتتحول الحدث إلى أزمة Crisisنالتخرج الإشعاعي للأحداث، وطريقة تأويلها بإعادة تشكيل عناصرها من خلال طبيعة تدريمها (أي تحويلها إلى مادة درامية)
استخدم، للعباطة، ولغف الجمهور لاستملاكها (أي الإحساس القوي بأنه معني بها وأن مصيره ومصالحه مرتبطة بها) من خلال سرعة بن وتوزيع المادة الإعلامية المتعلقة به، واختراقها للمسافات والثقافات، كلها مؤثرات تكشف عن تمثي لوسائل الإعلام للأزمات.

وفي تعريفه للأزمة يقول: إن الأزمة معطى نسبي يختلف من ثقافة إلى أخرى، ومن سياق اجتماعي إلى آخر. لذا يراها البعض شيئا سلبيا، بينما يعتبرها البعض الآخر معطى إيجابي وعاملاً أساسياً في التطور، فهي لا تحور الأوضاع التي كان سيطرأ عليها، بهذا القدر أو ذاك، فقط بل تتبع الفرصة لتحفيز النكا، والتخيل الذي يولد الطول، ففي هذا المقام يقول جمال الدين الأفغاني: "إن الأزمة تلد الهمة ولا يتسع الأمر إلا إذا ضاق ولا يظهر نور الفجر إلا بعد الظلام الحالك".

إن الاهتمام المفرط بالأزمات، الذي تحول إلى هاجس أساسي للحكام والسياسيين ورجال الإعام نابع من عدم اعتبارات، منها اللغة المفرطة بالتكنولوجيا والعلوم، والعقل في التحكم في مختلف أشكال التطور والتغيرات التي تحصل في المجتمع المعاصر وفي البيئة الطبيعية، بحيث أصبح من الممكن تجنب كل ما هو مفاجئ وغير منظر. لكن تعقد الحياة الاجتماعية في مختلف أبعادها وفي علاقاتها بالبيئة تقلت من قواعد الإدارة والتنظيم المعتاد، وتباغت البشرية بمشاكل جديدة وظواهر غير مسبوقة.

الفرق بين الأزمة والحدث

ينبه لعباضي إلى أن كل ما هو متوقع لا يشكل حدثا، يستعرض الباحث والمؤرخ وينوؤ ميشال السمات الأزمة، التي تدور مع الحدث، وهي كالتالي: أولا الكثرة ويمكن تكسيها، أي ما تدعى اتساع الحدث؟ ثم هو عدد الأشخاص الذين قاموا به إذا أدرك في بعده الجغرافي وسياقه السياسي ثانيا عدم التوقع: الحدث يأتي ما هو غير متوقع فيباجئ ويزعزع الأفكار المساندة لثراء الأثر: الحدث هو ما يطبع عليه الناس. فالنفسار الوحيد لثراء التاريخ المعاصر بالأحداث مقارنة بالتاريخ القديم يعود إلى التطور الربهي في وسائل الإعلام التي أصبحت تتنافس، بشدة، في استعراض الأحداث.رابعا الاستباعات: إذا كان الحدث مهما (نظام ما، لاستمراره معينة، لتوازن محددة) فإنه بالقابل مجرد لتغيير. لكن استباعات الحدث لا تعكس كثافته، لأنها قد لا تظهر في الأجل القصير، بل قد تتجلى في الأجل البعيد.

رغم هيمنة الرؤية التاريخية للحدث وفي العديد منساته إلا انه يبدو من أول وهلة أنها لا تتعلق بالحدث فقط، بل ترتبط، أيضا، بالأزمة. لكن بعد تفكير عمق نستنتج أن الأزمة تعطي واقعا أوسع وأشمل من الحدث. فيمكن أن يكون الحدث مؤشرا لأزمة غير مرتينة. ويمكن أن تكون الأزمة نتيجة لمجموعة من الأحداث المتعاضدة، وتترتب عنها مجموعة من الأحداث والوقائع التي لا تقم على انفرد بل في إطار رؤية شاملة لتفاعلاتها وانعكاساتها. فرهانات الأزمة أوسع وأعمق من الحدث الذي يكون محدودا جدا في الزمان والمكان رغم أن البعض يزعغ أن الأزمة تعبر عن مرحلة يتجلى فيها عدم التناسب بين طبيعتها والإعلام عنها، وهذا ما سنحاول أن نقتده لاحقا، لأنه لا نمانس من الإقرار بان الحدث هو الأزمة في العصر الحالي لا توجدان إلا بفضل وسائل الإعلام التي تطلعنا عليها، وحتى تصدما بها. فوسائل الإعلام لا تتكفي بمتابعة الحدث أو الأزمة بل تسعى إلى تشكيلها. فمن النادر أنه يمكن فصلهما عن الوساطة الإعلامية.والوساطة هي "التجسيد" المادي لهما، أو وجود لهما دونها. وهذا يقودنا إلى الحديث عن العلاقة بين وسائل الإعلام بالواقع

الثورة

في أحدث دراسة حول "وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات"

الإثارة في وسائل الإعلام تسعى لخلق الأعر.

والذعر يحيد الفكر ويغيه

الذي كان يوصف في السابق، بدون ترو ولا دراسة دقيقة، بأنه ملثقي سلبى قد برز في العصر الحالي كفاعل نشيط مشارك في إنتاج المعنى من مادة الاتصال.

لم تقص الباحثة المكسيكية الجمهور في الإستراتيجية التي تحدثت عنها، حيث اعتبرت شركيا في عملية بناء الواقع من خلال تأكيدها على أن تلقي الخطاب الإعلامي لا يمكن اختصاره في فد رموزه اللسانية والمربئة والسمجية فقط، بل يشترط جملة من الدوال (جمع دال) المرتبطة بالتمثلات، والأثر العاطفي، واستبعااته الغفلية، وردات الفعل الدفاعية التي يثيرها لدى المتلقي حسب مخطط تاويله.

إن الحديث عن الأزمة في وسائل الإعلام لا يشترط طريقة من الوصف والنظر للواقع فقط، بل يتطلب بناء واقع جديد، وهذا ما سنكتشفه من خلال النقاط التالية:

– الإثارة: سعت وسائل الإعلام منذ ظهور الفيروس في مارس ٢٠٠٩م، بالمكسيك، التركيز البالغ على فعل الفيروس وخطورته غير المسبوقة التي يمكن أن تبيد نصف البشرية؛ يمكن أن نورد في هذا الصدد لدى H1N1التصريح الذي أدلى به البروفسور نيل فوغرسن، عضو فريق العمل الخاص بفيروس % المنظمة العالمية للصحة في نافية شهر أبريل ٢٠٠٩ . حيث أكد فيه أن حوالي ما بين ٣٠ إلى ٤٠ فيمصابون بهذا الفيروس إذا قضى الوياء في الأشهر الستة القادمة، وأن عدد المصابين سيرتفع في الأسابيع القادمة، وأن ١٥٢ وفاة بهذا الفيروس في المكسيك من المحتمل أن يكون عددا متواضعا مقارنة بعدد المصابين، ويمكن أن يرتفع عدد القتيل إلى عشرات أو مئات الألاف.

كما قامت وسائل الإعلام المختلفة بتجميع الأخبار المتفرقة والمتناقضة عن الفيروس المذكور في عدة مناطق من العالم التي تدعو إلى التهويل، وكثفت الحديث عن الاستعدادات العالمية لمكافحته وشدته، على عنصر الصراع: الصراع من أجل البقاء، الصراع ضد الوياء، والصراع الذي يغذي المخاوف، وإحداث قطيعة مع ما هو مألوف في الحياة العامة: الدعوة لتغيير نمط الأكل بتفصيل الورد الحاطلة للفتنيمات القوية لقائمة الأنفلونزا، تغيير العادات والملفوس الاجتماعية (الصافحة، والتعقيم....) التقليل من الحركة، والمبالغة في الاستعدادات الطبية لمكافحة المرض، فتح عبيادات طوارئ، إنشاء مختبرات طبية في المناطق الموبوءة، منح صياحة قوافل للدول العارضة عن شراه، واستمرزات الطبية الضرورية إبادة قيعم الخنازير في بعض الدول، وغيرها.

لقد بينت الخبرة العلمية بأن تحليل الخطاب الصحفي ،كعلم، يهتم، بشكل أقل، بمحتوى الكلمات في ذاتها، من اهتمامه الاستراتيجيات التي من المفروض أن يحققها في إطار الممارسة الإعلامية. لقد أفلحت الإثارة في خلق حالة من الذعر ليس في المناطق الموبوءة فقط، بل في كل الدول، ولا يخفى لا أحد بأن الذعر هو جملة من ردات الفعل الفردية التي تشابهه فيما بينها، إنها تشابه ليس وكيفية تؤثر في ما بينها وتتحول إلى تقليد، بل لأن كل رد فعل هو استجابة نمطية ومنمعة تجاه وضع معين. والذعر يحدث الفكر ويغيه وهذا ما تسعى إليه الإثارة.

التفريق: المعلومات التي ظلت وسائل الإعلام تكررها باستمرار لم تتسم بالحسم واليقين، بل كانت تترك الجمهور في حالة قلق وانتظار الغد. إن السبب في ذلك لا يكمن في أن وسائل الإعلام لا تمك من المصادر والمعلومات الموثوق في صحتها، والتي تشكل في حددها المصابين، وفي الطرق المعتمدة في إصدارهم، فعد هذا المصدر يقبل أحد الصحافيين ما يلي: إن نموذج الإحصاء لعدي الأشخاص المصابين بالفيروس المذكور لا يستند إلى فحوصات الأطباء المعامين بل يعتمد على مراكز الاتصال الهاتفية تسجل اليا عدد المتصلين وتحصيهم كمرضى، مهما كان سبب اتصالهم، والنتيجة أن هذا الانتظار لا يكلل باليقين والحجج الدامعة، بل يولد انتظارا جديدا، وهذا ما سنستخدمه باقناع الفنون الدرامية: الأفلام والروايات.

لاظننا أيضا وطأة الترقب من الأخبار المتسربة عن الفلاح الذي شابه العموض والتضارب: عجز ما هو موجود في السوق عن العلاج من الفيروس المذكور، ضرورة الانتظار شهريين على الأقل تنتهي المختبرات من صناعة اللقاح المناسب، تقص كميات اللقاح المصنعة لحد الآن عن سد الحاجة، شراء كيميائ هائلة من اللقاح الجديد، والشروع في التلقيح عم الإثارة في الأنبياء المتضررة عن أعراضه الجانبيه، وحتى عن وفيات سببيه، والانتظار من جديد لتحسين اللقاح....

الأسطرة: لا يمكن أن نفهم الوساطة التي تقوم بها وسائل الإعلام بين الواقع والجمهور دون الأخذ بعين الاعتبار أنها منتجة للخطاب حول الأحداث التي تمس جمهورها، فهذا الخط لا يتعدى من الاستعارة فقط، بل من السرديات والأساطير التي نسجت حول الأحداث المشابهة أو المتقاربة، وبهذا تصبح السرديات البديل الإعلامي للوقائع الحاضرة التي يسعى إلى تقريب المعنى ما يجري، ففي

هذا الإطار يحيل الحديث عن الفيروس المذكور إلى " أنفلونزا" التي جرت في ١٩١٨م، وسُميت بالإسبانية، والتي أدت إلى وفاة ٤٠ مليون مصاب، ووباء، الأنفلونزا التي سميت بالإسبانية والتي جرت في ١٩٥٧م والتي أودت بحياة ٤ ملايين شخص في العالم، و " أنفلونزا " هونغ كونغ" في ١٩٦٨م وقتلت مليوني شخص. إن الإحالة إلى التواريخ الخلفئة بكل ما تحمله من ثقل مثبولوجي لا تستهدف شرح ما يجري أثناء نتيجة الفيروس المذكور، لأنه لو كان هذا هو الغرض من الإحالة لم الاستشهاد بالأنفلونزا . الأحداث والأفقر تاريخيا للجمهور والتي انتشرت في الولايات المتحدة الأمريكية في ١٩٧٦م إلى الإحالة إلى التاريخ توحى ضمنيا بالتشابه، أو حتى التطاق بين الأوبئة القديمة والحالية، دون الإشارة اليوم، إذ قال أنها تعيش عملية إخراجية " للخوف. إذا صحت تمثل الأزمة بدون ربطها بالخوف الذي تحول إلى موضوع للتفكير في العديد من الحقول المعرفية: علم النفس، علم الاجتماع والعلوم السياسية، وعلم التربية، وعلم الاتصال، حيث يقول عن هذا الموضوع صير معهد الصحافة والإعلام بجامعة شطال السويسرية أنه أصبح رابطا اجتماعيا لواجهة مختلف الخطاط التي امتدت إلى المجالات المختلفة التي تناسم مما يلي:

الخوف من الآخر: إن جهل الآخر، والتكرر لخصوميته، واختلافه بولد الخوف منه، في المجتمع يعانى من ضعف الأمن وحماية الأشخاص وممتلكاتهم، وفي مجتمع قائم على المنافسة الشديدة والتزاحم من أجل الحصول على منصب عمل، أو إنشاء مشروع استثماري والحفاظ عليه، أو تقديم مشروع علمي أو ثقافي.....

الخوف من الموت: لم يتمكن التقدم العلمي الذي أحرزته البشرية، خاصة في مجال الطب، إضافة إلى تزايد الاعتمادات المالية الموجهة لقطاع الصحة من تخفيف من الخوف من المرض

الاثنين 27 صفر 1432 هـ الموافق 31 يناير 2011م العدد (16882)

في أحدث دراسة حول "وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات"

الإثارة في وسائل الإعلام تسعى لخلق الأعر.

والذعر يحيد الفكر ويغيه

والموت، الذي مازال يثير الكثير من الخوف والفزع والجزع. الخوف من فقدان: الخوف من فقدان الصحة، والحب، و منصب العمل، والسكن، والخوف من الفقر، أفقر، عبر تراكمه، حالة من القلق وسلوكا عدوانيا، وحتى عنيفا الخوف من التغيير بفعل عوامل خارجية بعيدا عن السيطرة مما يدعو إلى القطيعة على ما تعودنا عليه والذي كان مصدر الإحساس بالأمان. ولعل هذا الخوف ينبع أصلا من الخوف من المستقبل الذي أصبح من الصعب التنبؤ به، ناهيك عن التحكم فيه أو السيطرة عليه.

يعتقد البعض أن تمثي أنفلونزا الخنازير، لم يشارك في إنتاجه وسائل الإعلام الكلاسيكية فقط، بل شارك وهذا الاعتقاد لا يجانب الصواب لكنه، كما بحثنا إلى توضيح نراه ضروريا، فلا يمكن أن نستطيع أن نطلع على الأحداث، ويشارك فيها، من خلال ليس نتيجة تعرضه مباشرة لوسائل الإعلام، بل من خلال ما تخطفه عينه الأتجاه من صور وحروف، وما يلتقط سمعه من كلمات وجمل عن الأحداث من سيل الإعلام الجارف، الذي الزالت وسائل الإعلام تشكل لحمته الأساسية.

تلوث خليج المكسيك " نموذجا "

ما هي الاستراتيجية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام في بناء تلوث خليج المكسيك في أبريل ٢٠١٠ وأدت إلى التقليل من شأن حريق المنصة النفطية، استفسار تداعياتها الاقتصادية، والبيئية، والسياسيةوالأخلاقية؟ يمكن توضيح هذه الاستراتيجية في النقاط التالية:

١- تجنب الإثارة: لم تلجأ وسائل الإعلام إلى أسلوب الإثارة لبناء الحدث بشكل درامي، فلم تطرق إلى العمال الذين ماتوا جراء الحريق الذي شب في منصة استخراج النفط في خليج المكسيك ولا لوسعهم الاجتماعي، ولا ظروف عملهم في عرض البحر ولا جنسياتهم ولا سنهم ولا حالة العمل، لقد تحولوا إلى مجرد أرقام فقط ١١ عاملا لقوا حتفهم في الحادث. كذلك الأمر بالنسبة للناجين الذين أصيبوا بجروح بحروق خطيرة، ولم تسرد تفاصيل الحالة الدرامية التي يعيشها المصابون، الذين وجدوا أنفسهم في بطة إجبارية، لقد قصت كل ما بعد درامي في الحادث من خلال التأكيد أن شركة بريتيش بتروليم قامت بتشغيل المصابين الراغبين في تظهير الشواطي من زيد النفط وفتحت لكل صياحة خمسة الودل كحموض جزائي عن ذنق مصدر رزقه، هذا دون الإشارة إلى أن هذا التعويض تم مقابل أن يلتزم كل مستفيد، خطيا، بعدم دعوى قضائية ضد الشركة المذكورة؛ لم تطرق وسائل الإعلام للحدث عبر تشخيصه بأسماء الشخصيات، وحتى الشركة؛ فرغ أن الكل يعلم بان المسؤولية تقع أولا وقبل كل شيء، على الشركة النفطية بريتش بتروليم إلا أن برقية وكالة الأنباء الفرنسية المذكورة أعلاه حاولت إعاء، الشركة المذكورة من المسؤولية بالقول إنها ضرتت للمنصة، أي بمعنى آخر أن من يستاجر صنفا مشغولا عن أن تصاحبا باسم الشركة المذكورة لا يظهر في وسائل الإعلام إلا عندما تؤكد أنها مستعوض أو عوضت الشركات المتضررة من الحادث، أو بقر ومكافحة التلوث الذي انجرع عن تسرب بقع النفط في عرض البحر واتجاهها إلى الشواطئ.

٢- عدم تحميل المسؤولية عن الحادث ولا أسباب وقوعه. لم تتصرف المؤسسات الإعلامية إلى الدراسة عن سبب هذه الكارثة، والتساؤل عن عدم تدخل تجهيزات الإمداد لسند فوهة البئر عند احتراق المنصة مباشرة؛ لعل القارئ الكريم يتذكر جيدا أن وسائل الإعلام تتذافع، بقوة، لشرح أسباب وقوع أي كارثة جوية بسيطة، فتخصص لها العديد من التحليلات والتعليقات، وتسأل مسؤول شركة الطيران المعنية؛خبراء الملاح الجوية، ومسؤولي الأمن في المطارات، وغيرها، لكن في هذه الأزمة ففرت وسائل الإعلام من الإجابة على السؤالين: من المسؤول عما جرى، ولماذا جرى ما جرى؛ إلى نقل اشتلالات الشركة المذكورة وتأكيداتها أن الالم هو التحكم في آثار ما جرى.

٣- عرس المثابنية في نفوس الجمهور واستبعاد القلق: قدمت وسائل الإعلام الحريق المذكور على أنه امر عارض حدث ويحدث في الكثير من أبار النفط سواء، في البر أو البحر. ففي الوقت الذي امتدت فيه بقعة النفط لتهدد ولاية لوسيزيانا " فلوريدا " واليابان "الميسيسيبي"، واليمن التي تشكل القلب السياسي والاجتماعي والثقافي للولايات المتحدة الأمريكية، مثل بوسطن، ونيويورك، وواشنطن، وفلاداليا، قلت وسائل الإعلام تؤكد بأن التحكم في النفط المنطلق من البئر في متناول اليد، وأن كل الإجراءات اتخذت احتوائه.

بدأت العديد من وسائل الإعلام تؤكد، منذ ١٤ أبريل إلى غاية ١ أغسطس، أن الأمور تسير نحو التحكم في الحادث في تسرب البقع وإمتداد بقعته في البحر. فرفع تمسرب المعلومات التي تشير إلى ظهور عينو للبئر يتدفق منها النفط، ظلت وسائل الإعلام تؤكد السيطرة على الحادث تارة من خلال تجديد أسلوب بحري لتصاص بقعة النفط في خليج المكسيك، تارة إرسال زوريت لخلق البئر، ثم حشو فم البئر المتفوح بكبسولة، وضخ مواد كيميائية ومسئمة لتشتيع فوهة البئر، ووضع سدة من الاستموت ٧٠٠ طنا لعلقه نهائيا. لقد غرقت وسائل الإعلام في هذه العطومات المزودة برسوم الجرافيكس سافقت وقتها بالشرح والتفسير، ولهت عن الإشارة إلى فشل المحاولات المتواعة الواحدة تلو الأخرى، لكن الغريب أن رغم الفشل المتلاحق للمحاولة المتلاحقة إلا أن وسائل الإعلام لم تلجأ إلى الترقب خوفا من أن هذا المنهج يؤدي بالجمهور إلى القلق. لقد كانت تقدم كل محاولة في أنها مستون ناجحة.

٤- عدم اللجوء إلى الاستعارة والأساطير: لوصف آثار التلوث النفطي في خليج المكسيك ذكر الرئيس الأمريكي أوباما بأنه " مثلما أحدث ١١ سبتمبر تغيرا في نظرتنا لضغفنا، وسياسيتنا الخارجية نعتقد أن كارثة خليج المكسيك تمثل ١١ سبتمبر بيئي يدفعنا إلى إعادة التفكير في سياسيتنا البيئية والقانونية في السنوات القادمة. ٣٥ لكل وسائل الإعلام لم توظف هذه الاستعارة الحديث عن أبعاد حريق المنصة المذكورة، ولم تستعن بالأحداث التاريخية للمحاولة للتفكير في سياسيتنا البيئية والتعويض عن الضرر الذي أصاب العباد والبيئة، وعن الثروة السمكية التي أبيدت بشعر الجمهور أنه معني بالكارثة المذكورة.

٥- استبعاد الجمهور عن الحدث: في ظل العولة التي أعطت لكل حدث خطي بعدا كونيا، لاحظنا حضور العديد من وسائل الإعلام على صصر الكارثة المذكورة على مستوى الولايات المتحدة الأمريكيةالقرار الذي اتخذته الرئيس الأمريكي، على إثر هذه الكارثة، والتمثل في تجسيد التفتيق عن السواحل الأمريكية، لا يمس الصحف المحاسن في الاقتصام الأمريكي فقط، بل يمس للعالم ابعاميا أيضا. فالشركات النفطية التي تنقب عن النفط وتستخرجه من بحر الشمال قد تعدت النماث، بل توجد في خليج المكسيك وحده حوالي ثلاثة آلاف منصة نفط، تنتج حاليا ١,٦ مليون برميل نفط يوميا. لقد كتفت الدول الغربية والشركات النفطية لعامة التفتيق عن النفط في أعماق البحار واستغلاله كاستجابة لتداعيات الأزمة النفطية وفي ١٩٧٣م، لهذه الأسباب يبدو أن تسرب النفط في خليج المكسيك قضية خطيرة وحساسة على الصعيد الاقتصادي والبيئي.

وقد عدلت وسائل الإعلام على استبعاد الأزمة من اهتمامات الجمهور، وعدم الإشارة لا من قريب أو بعيد على تأثيرها على حياة الأشخاص، وعلى التوازن البيئي، وعلى التنمية المستدامة التي تهتم كل الكائنات الحية وفي الأخير يمكن القول أن الانتقال من الحدث إلى الأزمة يتوقف إلى حد كبير على مدى مرتبته وتأويله، واستملاكه من قبل الجمهور، فالجمهور لا يجد ذاته أو مصالحه في الحادث المذكور، ولم يشعر بأنه معني بتعملات وسائل الإعلام للكارثة البيئية التي شاهدها خليج المكسيك، لذا لم تمنح الكلمة للمنظمات والجمعيات المدنية المدافعة عن البيئة.