الاعـــلام
والحـــرب والتـــنمـيـــة

حميد جاعد

قسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة بغداد

تمهيـــــد :

افرزت حربنا العادلة مع النظام الايراني معطيات عدة ، على مستوى المواجهة العسكرية ، او التعبئة الاقتصادية ، او في حقل المعلومات عبـــر قنوات الاعلام ووسائله ..

فقد ازداد اعلامنا فاعلية وحركة في مواجهة تصاعد التضليل الاعلامي المعادي الذي سبق الحرب بفترة طويلة ، ثم كانت الحرب ، فكانت المواجهة الاعلامية اشد ضراوة ، واكثر فاعلية ، واوسع ممارسة ، وابعد متدادا ، واضخم عملا . حتى غدت الحرب الاعلامية وكأنها اكثر اهمية من المواجهة العسكرية[1] .

ومثل هذه الحالة الخاصة التي افرزتها الحرب ، تحتاج بدون شك الى تشخيص دقيق ودراسات واسعة . لتقصي معطيات الفعل الاعلامي سلبا وايجابا . وفي مقدمة هذه المعطيات ، تحديد إتجاهات العمل الاعلامـــي ، وتأشير ابرز حقول نشاطه في ظل ظروف الحرب الاستثنائية .

---

(١) من الملاحظات الهامة ، ان الجانب الايراني اخذ يركز على الاعلام بهدف تغطية انكساراته العسكرية على امتداد جبهة المواجهة ، وعدم تمكنـــه من تحقيق اي هدف عسكري ، رغم المحاولات والادعاءات المتكررة . وبدا تدفق المعلومات من قنواته الاعلامية يزداد ضخامة يوم بعد يوم دون مراعاة الحقائق الشاخصة على جميع جبهات المواجهة ، او الحقائق المعبر عنها بالفعل العسكري .

وهذا البحث هو محاولة اولية لرصد علاقة الاعلام بالحرب والتنمية ايضا • اي انه يبحث في ثلاث علاقات متوازنة قائمة بين الاعلام والحرب والتنمية • والبحث في علاقات كهذه ، تتسم بالتناقض والانسجام في ان واحد ليس بعملية سهلة ويسيرة ، فهي تتطلب جهدا استثنائيا في مجال استقراء الوقائع والوقوف على نتائج الفعل الاعلامي بكل معطياته وتأثيراته المباشرة وغير المباشرة •

ومن هنا نشير الى الفرضيات التي يستند اليها البحث :

١ ــ ان اعلام الحرب هو اعلام تعبوي يعتمد الدعاية والتحريض في اداء وظائفه اليومية والدائمة في ظل ظروف استثنائية •

٢ ــ ان عملية تسريع خطط التنمية القومية وبرامجها وترشيدها وتنفيذها تعتبر مسألة ذات اهمية وطنية وقومية ، كما تكتسب قيمة تاريخية في ضوء معطيات المواجهة في ساحة المعركة •

٣ ــ ان الاعلام يلعب دورا مركزيا في ترشيد برامج التنمية وتعجيل تنفيذها • لذلك يشكل عاملا مهما في تهيئة الاجواء التي تساعد على زيادة الانتاج وترشيد الاستهلاك ، وتلبية احتياجات المعركة في جانبيها المادي والمعنوي •

وبدءا من منطق هذه الفرضيات ومضمونها سنعالج العلاقة بين الاعلام والحرب والتنمية ، بهدف الكشف عن وجود منطق التوافق في هذه العلاقة من عدمه •

اولا ــ الاعلام والحرب :

ان الاعلام الحربي : هو اعلام تعبوي يعتمد الدعاية والتحريض في اداء وظائفه اليومية • وفي مضمون رسائله التي يتوجه بها الى

ـ المستقبلين ـ الجمهور[٢] الحقيقي او الكامن او المفترض المعني بالرسالة..

والاعلام هو نشاط توجيهي لايتصف بالتجريد ، او يخلو من التحيز لفكر ما ، او لنظام محدد ، واتجاه معين ، بل انه تعبير عن انتماء ايديولوجي متحقق بالعبارات والرموز[٣] والمفاهيم[٤] التي يتداولها ويعممها . وتعبير عن مرحلة تاريخية محددة ايضا .

---

(٢) الجمهور : اصطلاح (جمهرة ، او حشد) يشير الى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ، ومن مختلف الطبقات الاجتماعية . اي انه كتلة من الناس لايمكن ارجاعها اصلا الى طبقة او فئة محددة . وجمهور الاعلام اما ان يكون حقيقياً ، او مفترضاً ، او كامناً :

ـ الجمهور الحقيقي هو المستهلك النشط للمادة الاعلامية .

ـ الجمهور الكامن هو ذلك الجمهور الذي من الممكن ان يتحول الى جمهور حقيقي ، اذا تحسنت المادة الاعلامية .

ـ الجمهور المفترض ، هو ذلك الجمهور الذي حسب تصورات الاعلاميين ان يتحول الى جمهور قارىء او مستمع .

انظر : د. جيهان احمد رشتي ـ الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، دار المعارف بمصر ـ القاهرة ، ص ٤٧ .

ـ بروخوروف ـ الصحافة الاشتراكية ـ ترجمة دراية خضور دار الفارابي ، ص ١٤٢ ، ١٤٣ .

(٣) تملك الاشارات التي يستخدمها الانسان اربعة جوانب :

جانب نحو ، ودلالي ، والاشاري ، والجانب الاخر هو الذرائعي ـ المنفعي . وفي الاعلام يستخدم الجانب النفعي بصورة واسعة عبر رموز محددة لان الشارات اللغوية (الرمزية) هي التي تعبر عن الشكل المادي للافكار ، فالاتحاد السوفيتي يستخدم (رمز) الطبقة العاملة في مواجهة الغرب ، فيما تستخدم الولايات المتحدة (رمز) الغرب في مواجهة الاتحاد السوفيتي .

انظر ـ جورج كلاوس ـ لغة السياسة ـ دمشق ، ١٩٧٧ ص ٧ .

(٤) المفاهيم هي تعميم تجربة الناس (المغرقة في القدم) في جهدهم لعكس الواقع الموضوعي .

انظر : روجيه غارودي ـ النظرية المادية في المعرفة : ترجمة ابراهيم قريط ، دار دمشق للطباعة ، ص ٢٦٦ .

وبقدر ما تتصف وظائف الاعلام بالشمول في اطار عملياته الاساسية الاعلام (بمعنى الاخبار) والتوجيه والترفيه ، بقدر ما تستخدم ايضا لاداء مهام محددة سابقاً في ظل ظروف استثنائية . ان كان ذلك في نطاق تنفيذ برامج تنموية معينة ، او التعبئة لحملات خاصة ، او في ظل ظروف الحرب والمواجهة مع عدو مشخص وجودا وفكرا وممارسة وموقعا جغرافيا او سياسيا .

وفي مثل هذه الحالات تتحدد وظائف الاعلام سلبا وايجابا بالتحريض والدعاية بحكم خصوصية المهمة التي يؤديها .

التحريض :

يرتكز التحريض(٥) في الاعلام الى قاعدة اساسيـــة . تلـــك هي ان «الاستجابة الانفعالية نحو الناس تكون الى حد ما . اسرع واكثر مباشرة في الادراك الواعي»(٦) والتحريض لايستهدف في مهامه التعامل مع اهداف بعيدة ، او يخوض في التفاصيل التي تحتاج الى تجريد المفاهيم ، اي انه لايخدم البعد الستراتيجي في اية مهمة الا اذا كان هناك نشاط دعائـــي متوافق معه . وهو في هذه الحالة اذا صح التعبير حالة تكتيكية خاصـــة في

(٥) التحريض يعرف بانه «ربط الوقائع الملموسة كافة بالتاريخ الراهن» اي انه نشاط يستهدف تقديم فكرة واحدة لعدد كبير من الناس والتحريض يتم عبر اسلوبين :

ـ المعلومات والاخبار ، اي التحريض بواسطة الحقائق .

ـ التحريض السياسي ، اي ربط اي عمل بنشاط سلطة ما .

والسمة الاساسية للنشاط التحريضي هي الاستجابة المباشرة للكيفية التي يظهر فيها التاريخ في مختلف مجالات الحياة .

انظر : بروخورف ـ الصحافة الاشتراكية ـ مصدر سابـــق ص ٥١ .

ـ د. جيهان رشتي ـ الاعلام الشيوعي ـ مذكرات بالرونيو ، مكتبة القاهرة ، ص ٥٠ .

فرانس فابر ـ الصحافة الاشتراكية ـ دمشق ، ص ٢٨٢ .

(٦) مجموعة من علماء النفس ـ علم النفس الاجتماعي ـ دار دمشق ، ١٩٧٨ ، ص ١١٧ .

النشاط الاعلامي • لذلك ان التحريض لايعنى بما هية الاشياء ، وانما بالكيفية التي يجب ان تواجه بها هذه الأشياء • فالتحريض يعتمد بالاساس في ظل ظروف استثنائية على اثارة التحفزات الشعورية الكامنة في نفس الانسان دون الدخول الى منطقة الوعي المباشرة • تلك التي تشترط اساسا محاكمة الرموز المعبرة عن المفاهيم • فهو يقتصر في نشاطه على خلق الحافز وتكوين الاعتقاد ابتداء بصحة رموزه والاستجابة لمنطقها • وبمعنى اخر الاستفادة من اعتقاد الناس ، بأن وجود كلمة معينة يجد اساسه بالنهاية في واقعة تصفها الكلمة ذاتها • ويتضح ذلك اكثر عبر الملاحظة العامة ، او الشواهد التاريخية ، ان النظرية[٧] لا تصبح دوما قوة مادية لانها في كثير من الاحيان تكون محصورة باقلية في البشر ولاتجد من يصححها • بينما وعي الناس السياسي[٨] المتأثر بالتحريض الممارس عبر الاعلام وقنواته ، هو الذي يتحول الى قوة مادية[٩] ، تعبر عن نفسها في التضحية ومقاومة العدو ، وكذلك الاستجابة لما تتطلبه ساحة المعركة الفعلية من جهد او وقت ، اي ان وعي الناس الذي يرتكز الى التحريض يتجسد في العطاء الدائم والمستمر الذي يصب في قنوات المعركة[١٠] بصورة مباشر قدون اللجوء الى وسيط ايديولوجي ، لان التحريض يستهدف اساسا الجانب الانفعالي ، والذي يشتمل بدوره على عناصر متنوعة مختلفة • فهناك العواطف الثابتة والمستديمة كحب الوطن ، والتعلق بالاسرة والعمل والاصدقاء[١١] •

(٧) النظرية هي منظومة من الافكار المرشدة في فرع من فروع العلم المعرفة .

(٨) وعي الناس الذي يظهر بصيغة راي عام متفق بشأن قضية محددة ، او راي معين ، او موقف سلبي او ايجابي تجاه مشكلة ما .

(٩) جورج كلاوس ، مصدر سابق ، ص ١٩٣ .

(١٠) اعلن مجلس قيادة الثورة عن دعوة الرجال المسنين الذين تزيد اعمارهم عن ٦٥ سنة للتطوع ، وما ان صدر الاعلان ، حتى بدات الصفوف المتراصة امام مراكز التسجيل تمثل ظاهرة يومية بارزة في حياة الجماهير وقد تجسدت روح العطاء في ذلك التدفق دفاعا عن السيادة والحقوق الوطنية المشروعة .

(١١) مجموعة من علماء النفس ، مصدر سابق ، ص ٧٢ .

وهي تشكل محور العمل التحريضي في اعلام الحرب لتدعيم الجبهة الداخلية. فيما تشكل الانفعالات التي تسببها ظروف معينة ، او حالات انفعالية مزاجية ، او الحالات الانفعالية الفزيولوجية ، محور التحريض الخارجي في مواجهة العدو . ، لانها تصب في قنوات الحرب النفسية[١٢] . لهذا فحالما يتمكن المحرض من مس واثارة عواطف الفرد بشكل عميق ، لا يغدو المضمون المستوعب مادة للتفكير ، وانما مصدرا للهيجان .

لذلك فان في مقدمة ما يجب ان يعيه المحرض الذي يرسل اطروحات او افكار او مفاهيم تتضمن صيغا وشعارات تحريضية ، بأن فعله هذا يتسم بطابع المعركة معركة ، مع عدو هدفها فرض النفوذ الخاص بالمحرض او بما يمثله في اتجاه[١٣] او موقف[١٤] وليس مهما ان يعير المحرض اهتماما لجدول معين من الكلمات ، وانما عليه ان يبحث عن صيغ تتسرب الى وعي الجماهير وتنتشر بينهم . لذلك يشار دائما الى ان المحرض يجب وبالضرورة ان يتعرف الى التأثير السيكولوجي[١٥] الذي تتركه اللغة على المتلقي . لان انسان اليوم يجهد من اجل ان يعلم بما يجري حوله ، لكن بطريقة مختصرة وواضحة وقابلة للفهم . واحترام هذه المطالب كما يشير ، كلاوس ، يشكل جزءا من متطلبات التحريض الفعال وفي العمل الاعلامي ان كان ذلك في الاوقات الاعتيادية او الاوقات الخاصة ، كأوقات الحرب والصراع .

واذا كان جوهر الاقناع يتحدد بترك الفعالية الفكرية تاخذ

---

(١٢) تتميز الحرب النفسية عن الدعاية بانها تستهدف اساسا تحطيم الخصم وشل قدرته ، بينما الدعاية تستهدف نشر الافكار والاراء .

(١٣) الاتجاه ...

(١٤) ينشأ الموقف من الاشياء التي تحيط بالناس وتخدمهم . والموقف هو شعور الناس الذاتي بالوحدة فيما بينهم . وهو بالتالي يشكل عاملاً منظماً ومقرراً لنشاط الناس وسلوكهم .

انظر : مجموعة من علماء النفس ، مصدر سابق ، ص ٤٠ .

(١٥) السيكولوجيا هي النظرات النفسية التي تحدد مواقف الناس (عدائية او ودية) من علاقاتهم الاجتماعية .

مجالها ، فأن الهدف النهائي للمحرض هو ان يمكن الناس من القيام وحدهم بالعمل الفكري الخلاق .

وعندما نأخذ التحريض كأحد سمات اعلام الحرب في نطاق ظروف حربنا العادلة ذاتها نجد انه يحتل مكانة متميزة في الارتقاء بمشاعر الناس وعواطفهم الى مستوى التضحية والفداء حفاظا على الحق الوطني والسيادة القومية . فالمحرض هو ذلك الشاعر العربي الذي كان صوته يسبق صليل السيوف ورنينها بين الاطراف المتحاربة .

والتحريض كفن تعبوي عندما يستخدم اعلاميا في ظروف خاصة لا يعامل على انه يحتل مرتبة ثانوية في الاعلام الحربي ، وانما هو يشكل اساسه فهو يتقدم على الفن الدعائي ويتجاوز الى عملية التوجيه والترفيه ، بل انه ـ اي التحريض ـ يحتويها[16] في نطاق النشاط الاعلامي اليومي .

ومن هنا فأن لجوء الاعلام عامة والمحرض خاصة في زمن الحرب الى تطويع الفنون الاعلامية الاخرى لاغراض التحريض ليس مسألة مرفوضة ، او مدانة ، بقدر ماهي تعبير عن حاجة موضوعية للتهيئة والتعبئة الجماهيرية بما يجعلها تتعايش مع حالة الحرب ومتطلبات الاستمرار بها ، وكذلك خلق روح الاستجابة للعطاء بما يدعم ويحقق النصر الحاسم على العدو . ان تحريضا اعلاميا ثوريا يرتكز على معطيات واقعية لكفيل بأن يهيىء فرصة ثمينة للعمل الدعائي الذي يفترضه اعلام الحرب كاعلام تعبوي هادف .

ان الاعلام الحربي كأعلام تعبوي ، لايقتصر على التحريض فقط ، انما يعتمد الدعاية[17] كذلك . اي شرح الدوافع والاسباب التي دعت الى

---

(١٦) ازداد انتاج الاغاني والاناشيد الوطنية بنسب كبيرة ، ويشار الى ان عدد ما انتج خلال فترة الحرب يصل الى مائتي نشيد واغنية .

(١٧) الدعاية هي نشر النظريات والافكار والاراء السياسية والفلسفية والاقتصادية وغيرها بشكل منتظم وشرحها شرحا اساسيا .

انظر ـ د. جيهان رشتي ـ الاعلام الشيوعي ـ مصدر سابق ، ص٣٥.
ـ فرانس فاير ، مصدر سابق ، ص ٢٩٢ .

الحرب ومحاكمة الاطروحات المضادة مع تنفيذ كل ما يدعم وجهة نظر العدو (الخصم) او تبرير عمله العدواني . والسمة الدعائية التي تلازم العمل والنشاط الاعلامي اليومي ليست مرفوضة ، او مدانة ، وانما هي تمثل احد اهم مقومات نجاح الاعلام في ظل الحرب ومعطياتها .

ان الاعلام عند اداء وظائفه لايقتصر على نقل الوقائع كما هي ، في ساحة المعركة ا وانما هو يتدخل في شرح النتائج المترتبة على ذلك . والمعطيات التي تفرزها وقائع المواجهة على الصعيد العسكري او على صعيد الشعور الوطني للارتقاء بالعواطف الانسانية ، والقيم النضالية الى درجة الاستشهاد من اجل السيادة والحقوق الوطنية ..

وبصيغة اخرى ، ان الاعلام عند تأدية وظائفه الدعائية يكتسب بعدا ايديولوجيا[١٨] يتم في ضوئه ابراز القيم التي تجري الحرب من اجل تكريسها دفاعا عن الوجود وعن المبادىء وعن الاهداف التي يناضل القطر في سبيلها .

وتعبير الحرب النفسية[١٩] ذاتها ، التي شاع استخدامها في الدراسات الاعلامية بعد الحرب الكونية الثانية لايبتعد كثيرا عن هذا المعنى وانما يشار دائما الى انها تعني «التمسك بعناد بمبادىء محددة ، واهداف تنظيمات سياسية وايديولوجية واخلاقية ونفسية تجاه شعب او شعوب معينة ، شعوب معادية او محايدة او حليفة»[٢٠] ومثل هذا

---

(١٨) الايديولوجيا هي نظام الافكار الاجتماعية ، اي الافكار التي يعي الناس من خلال فاعليتها علاقاتهم الاجتماعية .

(١٩) الحرب النفسية هو التعبير الاكثر رواجا في زمن الحرب من كلمة اعلام ، وعلى الاخص بعد ان بدء بوضع القواعد والاسس التي تحكم العملية الاعلامية في مثل هذه الظروف ، باعتبارها عملية دعائية وتحريضية في ان واحد ، ولهذا لم يتم التوصل الى تعريف محدد .

(٢٠) د. حسن العيدي ــ العوامل الدلالية في الحرب النفسية ــ مجلة دراسات للاجيال ، السنة الاولى تشرين ثاني ، ١٩٨٠ ، بغداد ــ عدد ٤ ، ص ٧٨ .

التمسك يعطي الاعلام قوة او مقاومة كبيرة في ممارسة دوره الدعائي ، كشرط لازم للتعبير عن حالة الحرب التي يخوضها ، في مواجهة اطروحات العدو ودعواه ، او تبريره لاعماله العدوانية . فالتمسك بفكر ا ومبدأ ، وهدف ، تشكل مركزا مهما واساسيا للنشاط الاعلامي الدائي . كما يقول برجيسكي «ان العقيدة اسمنت اجتماعي مهم»(٢١) وبامكانها ان تخلف شعورا عاليا بالفخر او تكرس روح الانتصار الدائم ، بل والاكثر في ذلك. يختلط عندها الموت بالحياة ، وتتحول قيم الاستشهاد الى قيم حياتيه يوميه ، وهذه الحالة ليست جديدة ، فقد كان العربي يستعيض بالشجاعة عن الحياة . لا يهمه ان يكون حيا ، وانما ان لايعاب عليه بالتخاذل اوالجبن.

ومثل هذا الشعور لايمكن تحديد معاييره في نطاق فترة زمنية معينة. وانما هو تعبير عن حالة سيكولوجية تعيش مع الانسان الحر ، في ايسر الظروف او في اصعبها . الا انه ومع اقرارنا بهذه الحقيقة ، لم يعد ممكنا الاعتماد كليا على قدرات رجل الدعاية الذاتية للوصول الى النتيجة المطلوبة . الا ان مراقبة «صيرورة الناتج السيكولوجي النهائي والقياس الموضوعي له يغدوان ضرورة لابد منها»(٢٢) في التعرف على مديات التأثير الدعائي المستهدف في ذهن وقناعات من يتم التوجه اليهم ، وبدون شك ان التأكد من نجاح اي اعلام يتطلع الى تحقيق نصر حاسم ، والسيطرة على الاتجاهات الذاتية الفردية الصنعة ، وضعها في خدمة العمل الجماعي والمصلحة الجماعية ، في ظل ظروف استثنائية . فانه من الاهمية بمكان الا يتم الاكتفاء بمعرفة الاثر الدعائي الذي يتركه الاعلام على انماط السلوك ، وعلى مستقبل العمل والتضحية المطلوبة ، وانما المطلوب هو التعرف على ما يدور في رؤوس هؤلاء(٢٣) . اي في التبعية العقلية للناس

(٢١) بريجنسكي — بين عصرين — طبع رونيو ، ص ٢٥٧ .
(٢٢) مجموعة من علماء النفس ، مصدر سابق ، ص ٣٠ .
(٢٣) ويلم رايش — ما الوعي — ترجمة جورج طرابيشي ، دار دار الطليعة، بيروت ، ١٩٧٩ ، ص ١٦ .

الذين يتأثرون ويتفعلون بالنشاط الذي يمارسه الاعلام او ينجزه .

ان ترك معالجة الاعلام لحالة التأزم في البيت والشارع او الحقل والمصنع . في اطارها التحريضي فقط . ستؤدي وبدون ريب الى انكسارات متعددة في نفوس الجماهير ومعنوياتها .

ان ممارسة التحريض دون الدعاية يعني التركيز على خلق الدوافع الطارئة . والشعور المؤقت نحو موقف محدد . الا ان مثل هذه الدوافع وهذا الشعور يمكن زوالهما . او تحولهما باتجاه مضاد . اذا لم تقرن بعمل دعائي . ولم يؤخذ بنظر الاعتبار تعميق مضمون[٣٤] التحريض بواسطة النشاط الدعائي ذاته .

وليس هناك من ضير في القول : ان اكتشاف الحاجة الى المعلومات عن الوقائع والعالم كان اول قانون[٣٥] استخلصه الانسان بطريقة تجريبية عن تبعية الناس لاولئك الذين ينتجون وينشرون الاخبار ومن ثم المفاهيم والاطروحات النظرية الضرورية لهم . وقد اصبحت معرفة هذا القانون مقدمة اولية وموضوعية لتشكيل منهج العمل الدعائي .

صحيح ان الدعاية مفهوما وفعلا ، قد شوهت على يد منظري البرجوازية ونظامها الرأسمالي حيث تحولت الى رديف للاعلان ، ومن ثم رديف للكذب والمبالغة والتشويش . بينما الدعاية عندما ترجع لاصلها تجد انها تعني الفكر[٣٦] والرأي والمبدأ . فالدعاية في المنطق الرأسمالي

---

(٣٤) قيل ان الداعية هو الذي يقدم اراء كثيرة لفرد واحد . او لعدد قليل من الافراد . فيما يقدم المحرض رايا واحدا او اراء قليلة وقيل كذلك ان المحرض يؤكد على ظلم او جور معين . او استغلال ناتج التناقض ثم يعمل على اثارة عدم رضا الجماهير .

انظر ــ صلاح نصر ــ الحرب النفسية ــ مصدر سابق . ص ١٥٥ .

(٣٥) مجموعة من علماء النفس : مصدر سابق . ص ٢٦ .

(٣٦) الفكر هو اعلى شكل من اشكال النشاط النفسي للانسان .. انظر فرانس فابر . مصدر سابق . ص ٢٩٤ .

تفهم على انها تلاعب في العواطف والمشاعر وتستخدم للتضليل ، والاخذ بهذا المفهوم ينفي مقوما مهما في العمل الدعائي المعاصر . أي «نفي الصفة الأيديولوجية عن الدعاية»[٢٧] ومثل هذا النفي لايتيح فرصة فضح الرأسمالية كنظام استغلال فحسب ، وانما هو يحاول ان يركز نزعة الدعاية اللا سياسية. واللا فكرية . وخلق نمط كهذا في الدعاية يقود بالنتيجة الى تقبل الايديولوجيات المعادية للجماهير ، والاطروحات التي تتقدم بها الانظمة الثيوقراطية[٢٨] والبرجوازية[٢٩] والدكتاتورية[٣٠] تلك التي ترتكز على فكرة حياد الجماهير ، وعدم الانتماء ، وبمعنى اوفى عدم اتخاذ موقف منحاز ضد كل ما هو معاد ومناف لمنطق العصر .

وتعمل الدعاية المعادية لفكر وحركة الجماهير على الاستفادة من النظرة السطحية «الكامنة» خلف الانماط المزيفة في التفكير ، وفي طريقة معالجة المشكلات الانسانية . لذلك يبرز الموضوع الثانوي على انه رئيسي كما تهتم بالموضوعات غير المهمة وتبرزها على انها اساسية وجوهرية[٣١] . الى جانب ذلك تخلق انطباعات غير سليمة عن موضوعات مشهورة معروفة لكنها غير مدروسة . وبفعل ذلك فان التشويه والتزوير الذي يتلبس حقيقة الاحداث والوقائع ، ويقدم عن طريق قنوات الاعلام يكتسب والى حد كبير طابع الموضوع المستحسن والمقبول[٣٣] من قبل الكم الجماهيري.

ومثل هذه الدعاية لاتمارس عملية التشويه والتزوير في اوقات الحرب

---

(٢٧) جورج كلاوس ، مصدر سابق ، ص١٣٢ .

(٢٨) مثال ذلك النظام الايراني الذي يتمسك باطروحات غيبية دون اعارة اي اعتبار للراي العام او لمنطق العصر .

(٢٩) كالبلدان التي تتمسك بالنظام الراسمالي كنظام اوحد .

(٣٠) مثال ذلك نظام بوكاسا السابق ، ونظام جنوب افريقيا والانظمة الاخرى التي تحمل نفس صفاتها .

(٣١) كالاهتمام ماذا يأكل او يشرب الفنان اكثر من الاهتمام بفنه او ماذا قدم من فن .

(٣٢) جورج كلاوس ، مصدر سابق ، ص ١١٨ .

فحسب وانما هي تلجأ في اوقات السلم ايضا الى الاخبار الخفيفة والمواد السياسة والاقتصاد والتطور الاجتماعي . وتعمد في اوقات الحرب : الى الاعلامية التي تشكل محور اهتمام الناس ظاهريا . تلك المواد التي تتعلق بالجريمة والكوارث والاسرار الشخصية . مع عدم الاهتمام بأخبـــار الكذب والمبالغة وتزييف الحقائق الى درجة الاسفاف دون اعارة اي اعتبار لقدرات الناس على اكتشاف الحقائق عبر القنوات الاتصالية المتعـددة . وكأنهم لم يدركوا بعد ان التطور التقني والكشوفات الفيزيائية المعاصرة قد حولت كرتنا الارضية الى ساحة اعلامية واحدة(٣٣) .

الا ان المنطق الدعائي المعاصر الذي يتسم بالبعد الجماهيري . لم يعد يتقبل مثل هذه الاطروحات الدعائية التي تقدم بها غوبلز(٣٤) . او التي تتقدم بها الان الاله الدعائية الامريكية(٣٥) . لان التأثير الدعائي اصبح يرتكز الى تجميع المعارف عن الفئات الاجتماعيـة وعن قانونيات نشوئهـا وتوظيفها وانحلالها . وعن التأثيرات التي تخضع لها هذه الفئات في النواحي المختلفة . وان البحث عن المعارف العلمية والموضوعية التي تتعلق بالانسان وطموحه وحاجاته ، وكذلك اتجاهات تطوره . ومن ثم العمليات التـي تترك بصماتها على وعي الناس اصبحت تشكل روافد رئيسـة لتخطيط الدعاية وتنفيذها .

ولهذا لم يعد ممكنا لاي منطق دعائي ان يؤثر او يدحض وجهة النظر المخالفة اذا لم يستند الى :

- واقعـة لتأييد وجهات نظره
- حجج واضحة .

---

(٣٣) مجموعة من علماء النفس ، مصدر سابق ، ص ٢٦ .
(٣٤) انظر : احمد طاهر ، الاذاعة والسياسة الدولية ، القاهـرة ، ١٩٨٠ ، ص ٥٣ــ٧٥ .
(٣٥) مجموعة من علماء النفس ، مصدر سابق ، ص ٢٨

ـ حجج تتلاءم مع المجتمع الذي توجه اليه .

فالعمل الدعائي الذي يمارس الى جانب التحريض ، يشترط به ان يراعي هذه النقاط ويرتكز في كل اطروحاته اليها . لانها تشكل معيارا مهما في التعرف على حجم الدعاية وجمهورها . وما عدا ذلك لايمكن تقبله او التعامل معه كمنطق دعائي مقبول .

واذا اسقطنا هذه النقاط الثلاث على نشاط الاعلام الايراني . نجد انه ليس هناك اي مرتكز ممكن ان يستند اليه في الحرب الدعائية القائمة في ظل ظروف الحرب .

ـ فهو يتجاوز الوقائع ويلجأ الى المبالغة ، ان لم نقل التجني على الحقائق .

ـ وهو يستند الى حجج لم تعد مقبولة ، بل ومرفوضة من قبل المجتمع العراقي عامة والعربي خاصة واذا لا نبالغ في القول ، فهي مرفوضة من قبل الشعوب الايرانية . وكذلك منطق العصر .

ـ كما انه لا يمتلك الحجج الواضحة في استنتاجاته .

وبالتالي فهو لا يستطيع النفاذ وليس بقدرته النفاذ الى قناعات المواطن العراقي ، او الاستحواذ على دائرة تفكيره الا في حالة واحدة . تلك هي . اذا اخفق الاعلام العراقي في ممارسة وظائفه التحريضية والدعائية معا ، او اذا مارس التحريض دون الدعاية او العكس . في نطاق الحرب الاعلامية الدائرة بيننا وبين عدونا ، في جبهة ساخنة على جميع الجبهات ، ومواجهة عسكرية فعلية على مدى ثمانية شهور متتالية .

ثانيا ـ التنمية والحرب :

طرحت الحرب قضية التنمية بالحاح متزايد ، بأعتبارها المؤشر الذي يتيح لنا امكانية التعرف على القدرات الذاتية والموضوعية التي يملكها العراق في حربة العادلةمع النظام الايراني .

وقد استوجب الطرح والاهتمام الواسع بالتنمية في ظل ظروف

الحرب الى اتساع مهام الاعلام ومسؤوليته في معالجة مشكلات هـــذه التنمية بمنطق الحرب وصيغها التحريضية والدعائية .

ان التنمية عملية متجددة ، تكمن نتائجهـــا في المستقبل وليس في الماضي ، وهذه الخاصية تسمح لنا الى حد كبيرتجـاوز معالجـة ما كان، والترديز على ما يجب ان يكون مستقبلا . اي تجديد المهام المطلـــوب انجازها اعلاميا لخدمة ترشيد عمليات التنمية القومية ، ووضع مقدمـات تنفيذ برامجها في اطارها الصحيح ، وبما يخدم او ينجز عملية التطـــور الاجتماعي . في ظل ظروف الحرب او مابعدها .

فهل يمكن معالجة موضوعة التنمية في نطاق موضوعـة الحـرب او العكس كذلك ؟ ان الاجابة على مثل هذا السؤال تبدو للوهلـــة الاولى مستحيلة ، وهي كذلك الى حد ما ، ؟ لان علاقة التنمية بالحرب ، علاقـــة متناقضة ، لكنها في الوقت نفسه علاقة متوافقة حيث ان التناقض بينهمـا يتأتى من ان الحرب تعني الهدم ، بينما التنمية تعني البناء والتطوير ، اي عكس الحرب التي تقف على نقيضها .

في حين ان التوافق يعتمد اساسا على فكرة الصراع . تلك الفكرة التي تعني في حالة الحرب دفاعا عن الحق وعن السيادة ، والوطن ، بـل دفاعا عن الوجود وفي حالة التنمية تعني الصراع ضد التخلف ودفاعا عـن الحق والوجود والاستمرار في الحياة .

ولهذا ليس من المستحيل احتواء عنصر التناقض في نطاق فكـــــرة الصراع ، ومن ثم ايجاد نقطة التقاء بين الحرب والتنمية بهدف الوصـــول الى تحديد منطقي للعلاقة على اقل تقدير ، تلك التي تفترض تدمير كـل مقومات العدو ، بما فيها مرتكزاته الاقتصادية وشل قدرته في الحركـــة او النمو . بينما العكس هو الذي يجب ان يحصل في الداخل ، اي اسناد ودعم المقومات الوطنية والقومية ، وفي مقدمتها القاعدة الاقتصادية مـع التعجيل في تنفيذ خطط التنمية وبرامجها ، ورفع الكفاءة الانتاجية ، مـع

ضمان الوفرة في المنتوج الوطني ، ومن هنا فاننا سنتناول هذا الموضوع في ثلاثة مباحث هي :

١ ــ الحرب والاعتماد على النفس .

عندما نرصد حالة الحرب ، نجد ان اولى اشتراطاتها الاعتماد على النفس • اي تقدير الجهد الوطني وامكانية استجابته لتلبية الحاجات الاساسية للحرب • فالحرب بقدر ما تتطلب سياسةحازمة لضغط الاستهلاك، تتطلب ايضا تمكين الصناعة الوطنية من سد الاحتياجات الاساسية للسوق الوطني والقومي •

وبدون شك ان محور العمل الوطني عموما في مثل هذه الظروف هو رصد الجهد الذاتي وتنمية المبادرات الذاتية ايضا ، في حقل العمل والانتاج والتطوير للمبتكرات التي تفرز في مثل هذه الظروف • وضغط الحاجة ، ان كانت بهدف تحقيق استجابة سريعة بهدف رفع القدرة لدى قطاع اساسي في الاقتصاد الوطني •

وهذا يقتضي بالمقابل رصد اتجاهات التنمية وخططها ، وفيما اذا كانا يسيران بأتجاه صحيح اولا ، اضافة الى رصد الخطط والجهود المبذولة في هذا الحقل وفيما اذا كانت قد حققت مردودا كبيرا ام لا ؟

ففي ظروف الحرب يعار اهتمام كبير الى ادارة الموارد وتنظيم امكانية الاستفادة القصوى منها والكيفية التي توظف بها لخدمة اغراض محددة • اكثر مما يعار للمشكلات الاخرى التي تكتسب نفس الاهمية في ظروف السلم • لان محددات النمو بقدر ما هي سياسية واجتماعية هي كذلك تنظيمية وخاصة في الحالات الاستثنائية وفي مقدمتها حالة الحرب •

لذلك ان ادارة العملية الاقتصادية وقوة الاقتصاد يمثلان مؤشرين مهمين في الظروف اللا طبيعية • كما تتأكد قوة الاقتصاد من خلال قنواته في مجال الصناعات الاستهلاكية او الانتاجية او التحويلية •

الا ان جعل الاقتصاد يستجيب لحالة الحرب ومتطلباتها كمايشير

د. سعدالدين ابراهيم لا يعني بالضرورة ان نختار بين التنمية او اقتصاد الحرب . وانما في توجيه التنمية كبرامج وخطط ، وكذلك المناشط الاقتصادية المتنوعة عامة ، والانتاج خاصة لخدمة الحرب والمجهود الحربي .

فموضوع العلاقة بين التنمية والحرب ، ليس بموضوع جديد ولم يكن وليد الحرب التي فرضت على العراق من قبل النظام الايراني ، وانما هو موضوع يعود الى سنوات مضت . فالصراع مع التخلف ، والصراع مع الاحتكار النفطي ، ليس بأقل ضراوة . واهمية عن الحرب القائمة . وحتى في حالة انتهاء هذه الحرب ، فان المعركة مع التخلف ستبقى قائمة .

٢ ـ المواجهة العسكرية والتنمية .

وثمة بديهة في المنطق المعاصر ، ان حالة الحرب لاتقتصر على المواجهة العسكرية لان مثل هذه المواجهة تعكس جانبا واحدا من الصراع الحضاري. بالاضافة الى انها تعبير عن منطق متعارض بين حالة متقدمة وحالة متخلفة فالتطور الكبير في صناعة الحرب الحديثة اعطى للحرب صفة الشمول . بحيث تمتد المعارك لتشمل كل الجبهات ، وكل ما يمكن استخدامه من اسلحة. وفي مثل هذه الحروب الشاملة توجد جبهة داخلية كما توجد جبهات قتال . وتوجد كذلك الجبهة العسكرية كما توجد الجبهة الاقتصادية والجبهة السيكولوجية[٣٨] وهذه كلها تشكل معا نوعا من الحرب الشاملة .

لذلك ان حسم الصراع في ساحة المعركة ذاتها لايعني حسم الصراع القائم بين بلدين حضاريا وايديولوجيا . وكلاهما ، اي الحضاري والايديولوجي ، يعبران عن حقائق محددة ، والنصر بدون شك حليف من يمتلك القدرة على الاستجابة لحقائق العصر ومنطقه . وفي مقدمة هذه الحقائق ، قدرته على انجاز التقدم الاقتصادي والاجتماعي بهدف ضمان حرية الانسان في ارضه وحقه في الرفاه والتكافؤ والمساواة .

من هنا نقول ان المواجهة العسكرية تشترط اساسا امكانات سياسية

واقتصادية الى جانب الامكانات العسكرية • وقد تكون الاخيرة هي النتيجة للاولى والثانية ، مع انها تمثل محور الصراع وحسمه شكلا • اما مضمونا فان العوامل الاخرى تبقى اكثر تأثيرا ونفوذا في اقرار وادارة نتائج الصراع والحرب •

والحقيقة المعاصرة ، التي اكتسبت حكم البديهية ، ان قدرة المؤسسة العسكرية في ساحة المعركة وصمودها ، تتوقف على قوة ومتانة الاقتصاد • وكذلك الاطار السيكولوجي الذي يعبر عن استجابة كاملة لتحقيق النصر او عكس ذلك • ولا نغالي اذا اشرنا الى ان العدو الفارسي — وكما في كل الحروب — يجهد من اجل الوصول الى الجبهة الداخلية ، بهدف ضرب الجبهة العسكرية • لانه يدرك كما يدرك الاخرون ، ان قوة الجبهة الامامية تنبع من قوة الجبهة الداخلية التي تمثل مرتكز حركة الفعل العسكري في انهاك قوة العدو وقد مارس الالمان ذلك من قبل كما مارسه الحلفاء في الحرب الكونية الثانية •

وقد جاءت الحرب التي فرضت على العراق ، لتؤكد هي الاخرى ، الموقع الذي تحتله القوة البشرية ، القوة التي تشكل التركيب الهيكلي للجبهة الداخلية في اية عملية وطنية كحالة الحرب في الدفاع عن السيادة والحقوق القومية او في اية عملية تنموية واهمية الدور الذي تؤديه في حقل التقدم الاقتصادي • وكذلك في طبيعة الموقف الذي تتخذه لدعم القرار السياسي في ترشيد الخط الكفاحي للقطر •

وبفعل ذلك تتقدم القوة البشرية ، في الحرب على جميع العناصر الاخرى التي تحقق بمجموعها النصر الحاسم في الظروف الاستثنائية •

من هنا يمكن التأكيد والاصرار في ظروف الحرب بأن معالجة عملية التنمية على انها قضية اعلامية اولا ، ليس تجاوزا موضوعيا للمتطلبات والعوامل الاساسية التي ترتكز عليها هذه العملية ذاتها • وانما هو اقرار مبدئي باهمية عنصر الوعي وتقدمه على العناصر الاخرى في تنفيذ الخطط

والبرامج التنموية في العراق .

ومع ان البلدان النامية تعاني من مشكلات ثلاثة . تتحدد في تكوين رأس المال ، والتكونولوجيا ، وتخلف القوة البشرية . الا ان العراق كأحد هذه البلدان التي تسعى لان تجد لها موقعا حضاريا وانسانيا في عالم اليوم؛ فانه لايعاني من جميع تلك المشكلات .

فقد استطاع العراق ان يتجاوز مشكلة تكوين رأس مال عن طريق توظيف عائدات النفط لصالح البرامج الاستثمارية وخلق القاعدة المادية للتطور الاجتماعي . وكذلك تمكن من تجاوز مشكلة التكنولوجيا ، من خلال استثمار العلاقات الثنائية المتطورة مع عدد من الدول المتقدمة في هذا المجال، او عن طريق ما هو متوفر في السوق العالمي في حقل الصناعة او الزراعة او في حقل تكنولوجيا الخدمات .

لذلك فان محور العمل التنموي وخططه في القوى البشرية بأعتبارها الاداة والهدف في ان واحد لاي نشاط اقتصادي ، سياسي فعلي . ومن ثم وبالضرورة يجب ان يحصر التعامل معها بالجوانب الفنية والمهنية البحته من خلال اشتماله على رؤية هذه القوى وقناعاتها بعملية التنمية وفهمها لها . اي ان عملية التهيئة والتأهيل الفني والمهني لايمكن تجريدها من مضمونها الوطني والاجتماعي وخاصة في ظروف الحرب، بل لابد ان تعي هذه القوة ابعاد ومعطيات التنمية القومية ، واهمية ترجمة برامجها الى افعال ، على تحقيق النصر الحاسم على العدو . وقد ثبت وبما لايقبل الشك اهمية وخطورة عنصر الوعي لانجاز المهام التاريخية في حياة الشعوب . وفي مقدمتها تلك المهام التي تتعلق بارتقائها الى مستوى الايفاء باحتياجاتها اولا ؛ واحتلال الموقع الملائم لدورها التاريخي والحضاري في عالم اليوم ثانيا ؛ وامتلاك قدرة اتخاذ القرار الذي يمكنها من تقرير مصيرها ثالثا .

لذلك ليس مصادفة ان يتم التأكيد على الدور الاعلامي في العراق . والتعويل عليه بصورة استثنائية في مجال التنمية وخططها في ظل ظروف

الحرب . واحتياجات استمرارها لحسم المعركة وضمان النصر • ومع ان القرار السياسي يبقى يمثل عنصر الحسم بالنتيجة في مثل هذه الحالالات . الا ان بروز عنصر الوعي كعامل رئيس ومؤثر في النشاطات اليومية المباشرة في الحقل والمصنع والشارع ، فانه يشترط بالمقابل دورا متميزا للاعلام ووسائله . في اي فعل يدخل الوعي كعامل منشط فيه . او يمثل احد حلقاته المحورية في التنفيذ •

٣ ــ الحرب وترشيد برامج التنمية :

ومن هنا فأن تحديد وظائف الاعلام في العراق لخدمة وترشيد التنمية وبرامجها وخاصة في ظروف الحرب : بما يهيئ امكانية خلق الدوافع لدى الناس المعنين بها والمستفدين منها يمثل احد اهم الحلقات المركزيه في العملية الاعلامية وذلك بهدف رصد الوظيفة الاجتماعية للاعلام اولا ؛ والدور النقدي ثانيا ومن ثم المعالجة الاعلامية لموضوعة التنمية في نطاق الحرب ثالثا • صحيح ان التنمية ليست بديلا للتطور الا انها تشكل اساسا لاي تطور اجتماعي • انها التراكم الكمي الذي يمهد للتحول النوعي في القاعدة الاقتصادية (المادية) او في شكل وطبيعة العلاقات الاجتماعية • والمعلومة الاعلامية . تلعب دورا متميزا في انجاز عملية التراكم المعرفي في ذهن الناس عامة والمعنيين بالتنمية خاصة ، عن جميع الانشطة (الممارسات) المتعلقة بالتخطيط التنموي وبرامجها •

وعندما نشير الى ضرورة الاعلام وتوظيفه لخدمة ترشيد تنفيذ خطط التنمية في العراق ليس الهدف من هذا استثناء العناصر الاخرى • وانما نستهدف من وراء ذلك وضع الاعلام في موقعه الطبيعي في عمليات التعبئة الجماهيرية وممارسة الدعاية والتحريض سلبا وايجابا • وبمعنى اخر ليس من باب تجاوز الوقائع التنموية ، وانما من باب التقويم الموضوعي لهذه الوقائع عبر المعلومة المنقولة من خلال الصحافة او الاذاعة والتلفزيون •

لذلك يمكن القول ابتداء ان الاعلام الثوري الذي يمثل المعطي

الاجتماعي في فعاليته هو وحده الذي يستطيع ان يجد له وظيفة اجتماعية. ودورا طليعيا من خلال المعالجة الموضوعية وفقا لاحتياجات المرحلـــــة الحالية وفرضيات الحرب والتنمية في ان واحد .