

جامعة أم درمان الإسلامية

كلية الدراسات العليا

كلية الإعلام

قسم الصحافة والنشر

بحث لنيل درجة الدكتوراه في الصحافة والنشر بعنوان:

اتجاهات الخطاب الإعلامي الأمريكي نحو العالم الإسلامي

**Trends of the American Media Discourse
Toward the Islamic World**

دراسة تطبيقية على إفتتاحيات صحفي

"واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

في الفترة من سبتمبر 2001م حتى سبتمبر 2003م

(قضية 11 سبتمبر أنموذجاً)

إشراف البروفيسور علي محمد شمو

إعداد الطالب / عبد الله إبراهيم الطاهر

1436هـ-2015م

بسم الله الرحمن الرحيم

{فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا لِيُضِلَّ النَّاسَ بِغَيْرِ عِلْمٍ إِنَّ اللَّهَ
لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ}
(الأنعام: 144)

{إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ
وَالِيهِ أُنِيبُ}
(هود: 88)

المستخلص

يُقيّم هذا البحث بشكل وصفي ونوعي، محتوى الافتتاحيات المتعلقة بالعالم الإسلامي في صحيفتين أمريكيتين هما "نيويورك تايمز" (New York Times) و"واشنطن بوست" (Washington Post)، خلال الفترة من سبتمبر 2001م حتى سبتمبر 2003م، وبشكل محدد حاول الباحث في هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالكيفية التي عاجلت بها افتتاحيات هذه الصحف القضايا المتعلقة بالعالم الإسلامي، وربطها بأحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م، كما أنه يسعى لقياس رأي خبراء إعلام وأكاديميين عرب حول توجهات الخطاب الإعلامي الأمريكي نحو العالم الإسلامي، إعتماًداً على قراءة تداعيات أحداث 9/11، ومدى تأثيرها على علاقات العالم الإسلامي والعربي مع الولايات المتحدة الأمريكية. ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة عمد الباحث للتعامل مع القاعدة المعرفية أو قاعد البيانات المتاحة وفقاً للمنهج الوصفي التحليلي، وصولاً إلى أجابات تساؤلات البحث على المستوى النظري والتطبيقي، ومن التساؤلات التي يسعى البحث للإجابة عليها:

- (1) ما هي التأثيرات التي يتركها الخطاب الإعلامي الدولي في ظل العولمة على سيادة الدول؟.
- (2) إذا كانت وسائط الإتصال تلعب دوراً كبيراً في تكوين التصورات المشتركة للواقع بين أفراد المجتمع فإلى أي مدى تكون صدقية هذه الوسائط في لعب ذلك الدور؟
- (3) إلى أي مدى استطاع الخطاب الإعلامي الأمريكي تشكيل الرأي العام في العالم الإسلامي وفقاً لمعطيات السياسة الأمريكية؟.
- (4) ما هي المرتكزات التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي الأمريكي؟
- (5) إلى أي مدى يتجانس الخطاب الإعلامي الأمريكي مع القيم الإسلامية؟.
- (6) ما هي العلاقة التي تربط اللوبي اليهودي بالخطاب الإعلامي الأمريكي؟.
- (7) هل هناك توازن في التدفق والتوازن الإعلامي العالمي والخطاب الإعلامي الأمريكي؟.
- (8) إلى أي مدى تلعب الدعاية الأمريكية دوراً في تحييد وتقييد العالم الإسلامي؟.
- (9) ما هي السبل التي يمكن إتباعها في العالم الإسلامي لمواجهة الخطاب الإعلامي الأمريكي؟.

تتكون الدراسة من مقدمة وسبعة فصول وتفاصيلها كما يلي:

الفصل الأول: وهو عبارة عن إطار منهجي للدراسة ومدخل إلى مشكلة البحث ومنهجه ويوضح الأسس التي قام عليها البحث ومشكلته، والتساؤلات التي يطرحها والأدوات المستخدمة فيه، والمنهج المتبع والمصطلحات المستخدمة في البحث إضافة إلى الدراسات السابقة المشابهة لهذا البحث.

الفصل الثاني: يتناول هذا الفصل الخطاب الإعلامي ويحدد مسارات مفهومه، حيث يناقش الفصل في مبحثه الأول مفهوم الخطاب الإعلامي، محدداً مستويات الخطاب وفقاً لثلاثة مستويات في إطار المفهوم اللغوي والقرآني، وإطار المستوى المضموني: مفهوم المصطلح، وأخيراً في إطار مستوى المفاهيم الحديثة.

وفي المبحث الثاني يناقش سياسات ومقومات الخطاب الإعلامي، الذي يعمل وفقاً لمجموعة من السياسات التي تحكمه، إن كانت تلك السياسات تتعلق بالنظام الاجتماعي العام الذي توجد فيه وسائط الاتصال الجماهيري التي تخدّم أسس ذلك الخطاب، أو السياسات التي تحكم القائم بالخطاب الإعلامي، والتوجيه المتعمد للسياسات الإعلامية.

وفي المبحث الثالث يناقش وظائف الخطاب الإعلامي، حيث تشكل الوظائف العامة لوسائط الاتصال الجماهيري ضمناً للمنطلقات الرئيسية التي يتحرك في نطاقها الخطاب الإعلامي على أساس أنه النسق النهائي المنتج لسياسات النظام الإعلامي والذي يسعى للتأثير في الجمهور المستهدف اعتماداً على وظيفة الإقناع والإغراء حتى ولو كان إقناعاً عبر أساليب التضليل **Misinformation**.

الفصل الثالث: يحاول الباحث في هذا الفصل قراءة المنظومات المتعلقة بالحرريات الإعلامية التي تحددت منذ فترات تاريخية سابقة تحت سلطة إعلام خلّاق ومسؤول ومدى الإنهيار الذي شهدته تلك المفاهيم في ظل النظام العالمي الجديد وإلى أي مدى يمكن إعادة تأسيس منظومة إعلامية جديدة للعالم الإسلامي والعربي تسهم في تغيير الصورة النمطية للإسلام والمسلمين في الذهنية الغربية بعمومها والذهنية الأمريكية على وجه الخصوص.

ويتناول المبحث الأول الحرية والمسؤولية في الإعلام، والمبحث الثاني الهيمنة والتبعية، والمبحث الثالث التضليل وحرب المعلومات.

الفصل الرابع: يحاول الباحث في هذا الفصل المعنون بـ "الإعلام في زمن الحرب" أن يُحدد الأدوار التي تقوم بها وسائط الاتصال الحديث في الحروب والصراعات والأزمات من باب دورها البالغ في التأثير على

الرأي العام، آخذاً في إعتباره تغطية وسائل الإعلام الأمريكي للحرب على العراق كونها تُشكل أنموذجاً مهماً في دراسة علاقة الإعلام بالمؤسسة العسكرية.

ويتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث يتناول أولها الإعلام وقت النزاعات، وثانيها الإعلام ومعالجة الأزمات، وثالثها تغطية الإعلام للحرب.

الفصل الخامس: يتابع الباحث في هذا الفصل تحت عنوان "الخطاب الإعلامي الأمريكي" المنهج الأمريكي الإنتقائي غير الموضوعي القائم على منهجيات التنميط الاجتماعي "Social Stereotyping" وازدواجية المعايير "Double Standards" و الأسس العملية لتداول "الصور والمعلومات"، في التغطية الإعلامية لقضايا الدول الإسلامية والعربية، إضافة إلى الدور الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية في السياسة الخارجية للولايات المتحدة.

ويشمل هذا الفصل مبحثاً حول الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي، وآخر يتناول الصورة الذهنية للعالم الإسلامي لدى الغرب، وثالثاً يبحث التأثير الدعائي وتصورات فلسفة السياسة الخارجية.

الفصل السادس: يقوم بناء هذا الفصل على الدراسة التطبيقية للبحث القائمة على اتجاهات الخطاب الإعلامي الأمريكي نحو العالم الإسلامي، ويدرس الباحث في المبحث الأول نشأة وتطور صحفي "واشنطن بوست" (Washington Post) و "نيويورك تايمز" (New York Times) والتطورات التي شهدتهما منذ بداية صدورهما منتصف القرن التاسع عشر، وما شهدتهما من إنتقالات في الملكية، والدور المؤثر في تشكيل الرأي العام.

ويحدد المبحث الثاني إجراء الدراسة الميدانية وإختيار العينات، فيما يتناول المبحث الثاني إجراء الدراسة الميدانية وإختيار العينات، أما المبحث الثالث فهو عبارة عن تحليل محتوى إفتتاحيات "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز"، وتحليل الدراسة الاستقصائية لعينة مختارة من الخبراء والإعلاميين العرب.

الفصل السابع: يتناول النتائج والتوصيات التي خرجت بها الدراسة، إضافة إلى الخاتمة، والمراجع والمصادر التي اعتمدها الباحث في الدراسة والملاحق.

ومن النتائج المهمة التي خرج بها الباحث نذكر:

(1) أثبتت الدراسة أن الإعلام الأمريكي يقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين، ويتضح ذلك من تحليل إفتتاحيات صحفي "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز"، إذ جاءت صفة "إرهابيون" في الأولى بنسبة 58.8%، وفي الثانية 41.2%، "عدو أو عدو مقاتل"، (76.7%، و 23.3%)، "ديكتاتور" (75%)

و25%)، "متطرفون" (67.7%، و32.3%)، "عنيف" (58.3%، و41.7%)، "أصوليون" (80%)، و20%)، "بغض" و"أحقاد عرقية" فقد وردت الأولى في "واشنطن بوست" مرة واحدة فيما لم ترد الثانية، أما في "نيويورك تايمز" فلم ترد الأولى، فيما جاءت الثانية مرة واحدة فقط. وقد أكدت ذلك الدراسة الاستقصائية إذ وافق 73.3% من أفراد العينة على أن "الصحافة الأمريكية تقدم توصيفات سالبة عن الإسلام والمسلمين".

(2) أكدت الدراسة أن لخطاب الإعلامي الأمريكي فشل في تشكيل رأي عام في العالم الإسلامي يتوافق مع معطيات السياسة الأمريكية، على الرغم من وجود تيارات تساند توجهات الولايات المتحدة في المنطقة العربية والإسلامية، إذ أقر 75% من أفراد العينة فشل الخطاب الإعلامي الأمريكي، وذلك لأن تغطيات الصحافة الأمريكية وفقاً لـ75% من أفراد العينة توازر الموقف السائد للحكومة الأمريكية في الأزمات المتعلقة بالسياسة الخارجية لاسيما في حالة تناول الصراعات بين الولايات المتحدة وغيرها من الدول.

(3) كشفت دراسة تحليل المضمون عن أن الصحافة الأمريكية وجهت أصابع الاتهام بصورة غير مباشرة للمسلمين والعرب بسبب تفجيرات 11 سبتمبر 2001، وجاءت الدراسة الميدانية داعمة لذلك، إذ يرى 55% من أفراد العينة أن "الصحافة الأمريكية كانت متحيزة في تغطية أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001"، وكذلك يقر 65% أن الصحافة الأمريكية تشوه صورة الإسلام والمسلمين.

(4) أثبتت الدراسة أن الصحافة الأمريكية تُساند وتبرر السياسة الأمريكية ضد العرب والمسلمين وبعض رموزهم من خلال ربط صورهم بممارسات وسلوكيات يتم نعتها بالإرهابية، بموافقة 70% من أفراد العينة.

(5) أوضحت الدراسة الميدانية أن الصحافة الأمريكية تمارس التضليل الإعلامي كجزء من إستراتيجية علاقات الإدارة الأمريكية مع الدول الأخرى خاصة الإسلامية والعربية، إذ أقر ذلك 71.7% من جملة العينة.

(6) أثبتت الدراسة أن هناك صورة ذهنية مغلوطة لدى الرأي العام الأمريكي عن الإسلام والمسلمين، (78.3%).

(7) أثبتت الدراسة أن التغطية الإخبارية السلبية للعالم الإسلامي من قبل وسائل الإعلام الأمريكية ساهمت في التأثير على تصورات الجمهور وصنّاع السياسة ومواقفهم حول المجتمعات الإسلامية.

Abstract

This research descriptively and qualitatively evaluated the content of the editorials related to the Muslim world in the American New York Times and Washington Post newspapers during the period from September 2001 to September 2003. The researcher tried in this study to specifically answer questions related to the ways the editorials of both newspapers addressed the issues related to the Muslim world by linking them with September 11 events. The research also sought to measure opinions of media experts and Arab academics on the trends of the American media discourse toward the Muslim and Arab world depending on perusal of September 11 events' fallouts and its impact on the relationship of the Muslim and Arab world with the United States of America .

To accomplish the objectives of this study, the researcher used the knowledge base or available database according to the descriptive analytical approach leading to queries in the research at theoretical and practical levels.

Queries the researcher pursued to answer included :

1. The effects of the international media discourse on sovereignty of states in the context of globalization .
2. The vast role the communication media plays in shaping the common perceptions of reality among the members of the societies and the extent of their credibility for playing such role .
3. The extent that the American media discourse shaped the public opinion in the Muslim world according to the facts of the American policy .
4. The foundations of the American media discourse .
5. The extent of consistency of the American media discourse with the Islamic values .

6. The relationship of the Jewish lobby with the American media discourse .
7. Existence of balance in in international media flow and the American media discourse .
8. The role of the American propaganda in neutralizing and restricting the Muslim world .
9. The ways which could be followed in the Muslim world to face the American media discourse .

The research study contains an introduction and seven chapters as follows:

First Chapter: it's a methodical structure, an access to the subject's matter and approach of the study. The chapter explained the research's principles, problems, queries, tools used, adopted approach and terminologies, as well as previous similar studies .

Second Chapter: firstly discussed the notion of the media discourse and determined three levels of conceptual paths from point of linguistic, Quranic, the term used in the text content, and finally the modern notion. The second discussion dealt with policies and components of the media discourse which governed by a group of policies, whether were related to the collective social order where mass medias were existed to serve the principles of such discourse, or they were policies governing the media discourse actors and the deliberate- oriented media policies. The third discussion covered the media discourse function, where mass media tacitly constituted key starting points used by media discourse to move on the basis that it was a final produced method of the media system which sought to influence over targeted community through persuasion and tempting even by using misinformation .

Third Chapter: the researcher tried to scrutinize the systems related to freedoms of the media which have been founded previously under creative and responsible media authority, and the extent of

downfall of such notion in the new world order, and the extent that a new media system could be reestablished for the Muslim and Arab world to participate in changing stereotyped Islam and Muslims in the west's mind generally and the American's mind specifically .

The first discussion of this chapter handled the freedom and responsibility in media, the second discussion debated domination and subordination, and the third discussion discussed misinformation and warfare of information .

Fourth Chapter: Under the title "Media in Wartime, the researcher tried to determine the roles of modern mass medias during wars, conflicts and crisis, in terms of their impacting roles on the public opinion. USA's media coverage for war in Iraq was the focus of the researcher in this regard as it constituted significant model in studying the relationship of media with the military institution .

This chapter contains three points of discussion; media during conflicts, media and handling of crisis and media coverage for war .

Fifth Chapter: under the title "The American Media Discourse" the researcher tracked the selectively subjective American approach which has been based upon social stereotyping and double-standards and practical principles for circulation of (pictures and information) during media coverage for issues related to the Arab and Muslim countries, as well as the great role the American media played in USA foreign policy .

The chapter included a discussion on US propaganda against the Muslim world, a second discussion on stereotyped Muslim world in the west and a third discussion on propaganda's effect and perceptions on America's foreign policy and way of thinking .

Sixth Chapter : This chapter is applied research study based on the trends of the American media discourse to the Muslim world. The researcher studied in the first discussion of this chapter the origin and evolution of the Washington Post and New York Times

newspapers, developments they both passed through since their release in the mid of twentieth century, transfers of their ownership and their impacting role in shaping the public opinion .

The second discussion determined the field study and the selected sample made, while the second discussion dealt with conducting of the field study and selection of the samples. The third discussion is an analysis for the content of the editorials of the Washington Post and New York Times and the survey study of selected sample of Arab media experts .

Seventh Chapter : This chapter discussed the findings and the recommendations of the study. It includes also the conclusion and the references, sources and supplements the researcher adopted in the study .

Important findings of the study :

1. The study showed that the American media provided negative descriptions for Islam and Muslims. Analysis for editorials of Washington Post and New York Times demonstrated such descriptions; that the Washington Post New York Times used respectively the words "Terrorists" at 85.8% and 41.2%, " enemy" or " fighting enemy" at 76.7% and 23.3%, " dictator" at 75% and 25%, "extremists" at 67.7% and 32.3%, "violent" at 58.3% and 41.7%, " fundamentalists" at 80% and 20%. The words "loathsome" has been mentioned once in the Washington, while " racial hatred" has been mentioned once in New York Times. This is demonstrated by the survey study as 73.3% of the selected sample agreed there were negative descriptions for Islam and Muslims in the American media .
2. The study showed the failure of the American media discourse in shaping public opinion in the Muslim world consistent with the American political facts, this is although there are supporting groups for the US's trends in the Arab and Muslim region. That 75% of the selected sample agreed the failure of the American media discourse due to the support of the media coverage to the

American prevailing stand in crisis related to the foreign policy, particularly when discussing conflicts between US and other states .

3. The content analysis study revealed that the American media indirectly pointed out accusation to Muslims and Arabs for September 11 attacks. This is supported by the filed study as 55% of the selected sample agreed that the American media was impartial when covered the September 11 events. Also 75% from the selected sample acknowledged distortion of the American media's image of Islam and Muslims .
4. The study demonstrated support and justification of the American media for US policy against the Arabs and Muslims and their symbols by linking their images with practices and behaviors described as terrorist. 70% of the selected sample individuals agreed on this .
5. The field study showed that American media used misinformation as strategic part of the American administration relationship with other states especially the Arab and Muslim states. 71.7% from the total selected sample so agreed .
6. The study demonstrated that Islam and Muslims have been falsely stereotyped in the American public opinion. 78.3% of the selected sample believed accordingly .
7. The study demonstrated that the negative coverage of the American media for Muslim world news helped affecting the public opinion and politician's perceptions and stances regarding the Muslim societies .

الإهداء

إلى والدي عليه رحمة الله ...

ووالدتي أطل الله في عمرها صحة ومحبة ...

وزوجتي الحبيبة وتحملها إنشغالي عنها في البحث والكتابة ...

وأبنائي رذاذ وروان ورتاج ومحمد ...

وإلى روح صديقي وابن أخي عليه رحمة الله خالد محمد الحسن إبراهيم الطاهر الذي ظل يوصل
مباحث هذه الدراسة تباعاً إلى المشرف البروفيسور علي شمو، حتى قبل وفاته في إحدى العمليات
العسكرية في غرب السودان.

مع كامل محبتي،،،

عبدالله الطاهر

شكر وعرفان

الشكر والعرفان في البدء إلى أستاذي الجليل المشرف على هذا البحث البروفيسور علي محمد شمو رئيس المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحافية، وأستاذ الأجيال، الذي تعلمت عليه يديه الكثير وما زلت، وأشكر له صبره علي طيلة هذه السنوات... وإلى أسرة كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية.

وإلى الدكتور جلال الدين الشيخ زيادة الذي كان سبباً في فكرة هذه الأطروحة، والدكتورة ناهد حمزة، والأستاذ الجليل الدكتور عثمان أبوزيد، والدكتور هاشم الجاز.

وإلى الأستاذ الدكتور محمد عثمان السيد الأستاذ بقسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة البحرين الذي ظل يسأل على الدوام ولم ييخل علي بالتوجيه.

وإلى أخي وصديقي أسامة علي محمد بابكر، والدكتور معتصم بابكر، والدكتور علي بابكر، والدكتور السر علي سعد، واللواء الركن الدكتور عمر النور، وكل الأصدقاء الذين ظلوا على الدوام يسألوني عن تطورات هذه الأطروحة التي طال أمدها، والصديق الإعلامي والمترجم أسامة بابكر وجهوده الطيبة في ترجمة بعض ما استشكل علي فهمه في إفتتاحيات صحيفتي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز".

كما أحص بالشكر الجزيل ابنة أخي رؤى الطاهر إبراهيم التي كانت جيل الوصل بيني وبين البروفيسور علي محمد شمو، بطباعة مباحث الدراسة التي أرسلها لها وإيصالها إلى المشرف، وإلى السكرتيرات العاملات في مكتب البروفيسور علي شمو، الأختين الكريمتين إيمان محمد الحسن ونايلة الأمين وصبرهن على كثرة إتصالاتي.

محتويات البحث

إهداء

شكر وعرفان

الفصل الأول

1 الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الثاني

14 الخطاب الإعلامي

المبحث الأول

17 مفهوم الخطاب الإعلامي

المبحث الثاني

32 سياسات ومقومات الخطاب الإعلامي

المبحث الثالث

37 وظائف الخطاب الإعلامي

الفصل الثالث

47 حرية الإعلام والهيمنة والتضليل في ظل العولمة

المبحث الأول

50 الحرية والمسؤولية في الإعلام

المبحث الثاني

60 الهيمنة والتبعية

المبحث الثالث

70 التضليل وحرب المعلومات

الفصل الرابع

81 الإعلام في زمن الحرب

المبحث الأول

84 الإعلام وقت النزاعات

المبحث الثاني

92 الإعلام ومعالجة الأزمات

المبحث الثالث

102 تغطية الإعلام للحرب

الفصل الخامس

112 الخطاب الإعلامي الأمريكي

المبحث الأول

116 الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي

المبحث الثاني

130 الصورة الذهنية للعالم الإسلامي لدى الغرب

المبحث الثالث:

144 التأثير الدعائي وتصورات فلسفة السياسة الخارجية

الفصل السادس

154 الإطار الميداني

المبحث الأول:

158 نشأة وتطور صحفي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

المبحث الثاني:

171 إجراء الدراسة الميدانية واختيار العينات

المبحث الثالث:

180 تحليل المحتوى والدراسة الاستقصائية

الفصل السابع

212 النتائج

216 التوصيات

219 الخاتمة

223 المراجع والمصادر

أ الملاحق

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة البحث

ثانياً: دوافع إختيار البحث

ثالثاً: تساؤلات البحث

رابعاً: أهمية البحث

خامساً: أهداف البحث

سادساً: التعريفات الإجرائية

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: المنهج المتبع

تاسعاً: الأدوات المستخدمة في البحث

عاشراً: الإطار الزمني والمكاني

حادي عشر: التبويب

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة (Introduction):

شكلت العملية الاتصالية على مر العهود معياراً تأسست به مجموعة من المتغيرات داخل النسيج الاجتماعي، ونظرت إليها الشعوب نظرة خاصة يملؤها التقدير الذي وصل لدرجة عالية من التبجيل، منذ أشكالها الأولى الممعة في بلبثيتها وحتى الوسائط الحديثة التي تعتمد اعتماداً كاملاً على التقنية الرقمية (Digital Technology)، فقد كانت هي الأساس الذي إعتمدت عليه في معرفة الحياة من حولها.

وقد أكدت بعض الأبحاث في حقل الدراسات الاتصالية على الدور الرائد لتأثيرات الوسائط الجماهيرية، وإن كانت هناك بعض البحوث التي تشكك أو تقلل من حجم هذه التأثيرات على المجتمع، وهي اختلافات ناشئة من قيم المجتمعات التي تتم فيها مثل تلك الدراسات، ولكن هذا لا ينفي تلك الأهمية القصوى التي تلعبها العملية الاتصالية بكافة أشكالها داخل المجتمع، ضمن الوظائف العامة التي تتولى القيام بها والخصائص التي تمثلها داخل ذلك النسيج حيث يمكن تحديد تلك الخصائص فيما يلي 1:

1. نقل كل أنواع المعرفة في المجتمع.
2. ممارسة عملها في الحياة العامة، ووصولها بكل سهولة لكل فرد.
3. العلاقة الافتراضية بين المرسل والمتلقي علاقة إتصالية تتصف بالمساواة والتوازن.
4. حملها لبعض مهام وأدوار المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالمدرسة والأسرة والتقاليد وغيرها.

ونسبة لهذه الأهمية القصوى التي يلعبها الإتصال ووسائطه المختلفة فقد أصبح الخطاب الإعلامي لكثير من الدول تجاه الأخرى يتسم بمنهجية وتعامل هذه الدولة مع الأخرى، وفي الغالب تتحكم فيه جوانب غير مرئية، وأحياناً تنحو تجاه السيطرة على الآخر أو الهيمنة عليه. وقد أشارت كثير من الدلائل فيما بعد أحداث تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر من عام 2001 إلى التغيرات الظاهرة التي طرأت على منهجية الخطاب الأمريكي الخارجي نحو غالبية الدول خاصة الدول الإسلامية، وبعد دخول القوات الأمريكية إلى بغداد بدأت ترتيبات خطاب آخر مختلف لتجميل صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الوطن العربي عبر إنشاء قناة (الحرية)

¹ . دنيس ماكويل، الإتصال وتأثيراته، ترجمة عثمان محمد العربي، مطابع دار طيبة، الرياض، ط.أول 1992، ص 3.

التلفزيونية، وراديو (سوا) ومجلة (هاي)، وذلك حينما أكتشفت الإدارة الأمريكية أن التغطيات الإخبارية في الوطن العربي خاصةً من قبل قناة (الجزيرة) تقدم صورة حقيقية لما يجري في العراق عكس ما كانت تبثه قناة (C.N.N) من تغطيات، خاصة بعد ما نشرته صحيفة "الديلي مIRROR" (Daily Mirror) أواخر شهر نوفمبر 2005م من ترتيبات كان يقف خلفها الرئيس الأمريكي جورج بوش لضرب قناة "الجزيرة" في قطر، و(هؤلاء الذين يميزون عنف الحرب الحقيقي لا يريدون رؤية نتائجه في نشرات الأخبار المسائية، بعكس باقي العالم، تبقى تغطيتنا الإخبارية لهذه الحرب معقمة، من دون أي لقطة عن دم يسيل من جنودنا أو نساء العراق وأطفاله)¹.

وبالمثل فقد شهدت النظريات المتعلقة بوسائل الاتصال تطورات كبيرة وقد عكست وبشكل واضح التطور التاريخي لعلم الاتصال والإعلام منذ ثلاثينيات القرن العشرين وحتى الآن، وعكست الإسهامات الخاصة بالدراسات الإمبريقية التي تمت في هذا المجال من أجل وضع إطار نظري لهذا العلم وفروعه المختلفة خاصةً فيما يتصل بالنظريات المتعلقة بانحراف الإعلام عن الواقع خاصةً تلك التي تتعلق بالمؤامرة أو الهيمنة (Conspiracy or Hegemony)، على أساس أن وسائل الاتصال تحاول أن تشكل معالم الواقع كما تراه هي أو كما يراه المهيمنون على تلك الوسائل، وذلك عبر مجموعة من الأساليب الإقناعية والتضليل الإعلامي، وإستخدام العناصر التيبوغرافية أو الجمالية أو عناصر الإبراز والإخفاء والتحيز، وقد دلت كثير من الوقائع أنه في الإمكان تزييف الواقع بصورة أكثر إقناعاً، مثلما حدث في حرب الخليج الثانية وما كانت تبثه شبكة قناة (C.N.N) من صور ليس من بينها موتى مدنيين أو دماء لتدلل للرأي العام الأمريكي أن القوات الأمريكية لم تقتل المدنيين، وغيرها من النماذج الواضحة لأساليب التضليل، وفي ذلك كتب مدرس التاريخ الأمريكي السابق والكاتب مارك جلين (Mark Gleain) مقالاً نُشر بموقع "أون لاين جورنال" (Online Journal) الأمريكي على شبكة الإنترنت كرسالة منه إلى الشعب الأمريكي الذي يعتنق معظمه الديانة المسيحية يدعوه إلى أن يكف عن الإنصات لوسائل الإعلام المضللة التي تقدم له يومياً مائدة متكاملة من الأكاذيب حول عدوه الوحيد المتمثل في "الإسلام"، حيث إنه يدعوه في هذا المقال إلى شراء الكتب التاريخية الجيدة التي تفسر العدو على النحو الصحيح، ويسمي هذه الحقبة بحقبة التاريخ المزيف نظراً لأن ما يتلقاه المجتمع الأمريكي يومياً هو عبارة عن أكاذيب ملفقة بصورة بارعة ومحترفة².

¹. تيم روبر، من يخيف الأمريكيين؟، مقال، ورد المقال مترجماً بموقع الإنجاء الآخر http://www.alitjahalakhar.com/archive/118/the_opinion118.htm#amr

². مارك جلين، التاريخ المزيف، مقال موقع أون لاين جورنال، ترجمة وتقديم فيروز مصطفى، موقع إسلام أون لاين www.Islamonline.com

أولاً: مشكلة البحث (The research problem):

بعد إهيار جدار برلين وسقوط الشيوعية ونهاية الحرب الباردة شهدت السياسة الدولية تحولات كبرى لم تشهد لها مثيلاً من قبل، وبدأت ترتيبات مغايرة تتشكل في العلاقات الدولية، وظهر أدب جديد ينسف التراث العالمي الذي تشكل على مر السنين، وأصبحت الولايات المتحدة لوحدها في الساحة تبحث عن بديل تدير معه الصراع، وتقدمت آراء ومقولات البروفسير صامويل هنتغتون (Prof Samuel Huntington) حول صراع الحضارات والإسلام كبديل في إدارة التوازنات الدولية، وكثير من طروحاته التي كانت تنشر في مجلة (Foreign Affairs)، إضافة إلى أطروحات عدد من الأكاديميين والمختصين في الشأن الدولي.

ومنذ تلك الفترة بدأ الحديث يتصاعد حول المد الإسلامي وتخوفات الولايات المتحدة منه، وظهرت مصطلحات "الإسلام السياسي" وإتهام الحركات الإسلامية بإثارة القلاقل والتفجيرات في كل العالم.

وعلى الرغم من أن كثيراً من الدراسات قد أشارت إلى الصورة الذهنية المرسومة للعربي والمسلم في الغرب والمجتمع الأمريكي على وجه الخصوص باعتبارها صورة تنافي الحقيقة وتواجه كثير من المعضلات، فقد أدت أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م إلى تعزيز تلك الصورة وكان السؤال الرئيس في هذا الخصوص هل كان للخطاب الإعلامي الأمريكي للرأي المحلي في الولايات المتحدة دوراً في ذلك؟، ومع هذه الأجواء أيضاً برز تساؤل آخر يتمهي والسؤال الأول حول تأثير ذلك على الخطاب الموجه من الإدارة الأمريكية أو الإعلام الأمريكي بالخصوص إلى العالم الإسلامي وسمات اتجاهاته، خاصة بعد كثير من الأحداث التي يتابعها الرأي العام العالمي والتي إنتهجتها الإدارة الأمريكية تجاه عدد من الدول الإسلامية بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ونهجها بالتدخل في كثير من القضايا المحلية لهذه الدول ابتداءً من العراق وإقليم دارفور في السودان وإنهاءً بالملف النووي للجمهورية الإسلامية الإيرانية. يلاحظ المراقب أن هناك تحولات كبرى شهدتها السياسة الأمريكية نحو العالم بعمومه والعالم الإسلامي على وجه الخصوص بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر وهي ظاهرة تستحق الدراسة والبحث.

ثانياً: دوافع اختيار البحث (The Research Motives):

يمكن تحديد الدوافع الأساسية التي أدت إلى اختيار الباحث لهذا الموضوع في عدد من النقاط يمكن إجمالها فيما يلي:

أولاً: ما أظهرته كثير من كتابات ودراسات عدد من الغربيين التي تدلل على محاولات الإعلام الغربي خاصة الأمريكي للهيمنة على الآخرين بطرق واضحة مثال كتابات نعوم تشومسكي (Noam Chomsky) (هيمنة الإعلام)، هربرت شيللر (Herbert Schiller) (المتلاعبون بالعقول)، (نظام التضليل العالمي) مجموعة من الباحثين من بينهم روجية غارودي (Roger Garaudy)، ايناسيو رامونية (Ignacio Ramonet)، هنري مادلن (Henri Madelin)، مارتان أ.لي (Martan A.Lee)، وكتاب (حكومة العالم الخفية) لمؤلفه الكاتب شيريب سيريدوفيتش (Cherep Spiridovich)... وغيره من الكتب التي تتحدث حول هذا الموضوع.

ثانياً: بالعموم تظهر وسائط الإتصال الحديث في العالم العربي بشكل مختلف، وغير مواكب للتطورات التي شهدتها الأساليب المحددة لمضمون الوسائط والتخطيط الإعلامي لها، وما شهدته قضية قناة "المنار" التابعة لحزب الله في فرنسا والتصنيف الأمريكي لها بإعتبارها ضمن قائمة الإرهاب في شهر ديسمبر من العام 2004.

ثالثاً: الكم الهائل من المعلومات والأخبار الذي يرد عبر مجموعة من وسائط الإتصال الدولية الحديثة (الفضائيات، الإنترنت، وغيرها)، والممتلئ بالكثير من المغالطات والتحيز الواضح، بل والتآمر في كثير من الأحيان خاصة الأخبار المتعلقة بعلاقة الولايات المتحدة الأمريكية بالشرق الأوسط أو العالم العربي والإسلامي، وقد ظهر ذلك جلياً بعد أحداث الحادي عشر من أيلول سبتمبر 2001، والصورة الذهنية المرسومة لدى الغرب عموماً عن الإسلام والمسلمين، بحيث أصبح ذلك النموذج أكثر وضوحاً بعد إحتلال القوات الأمريكية للعراق وما يحدث فيها حتى الآن.

ثالثاً: أهمية البحث (The importance of the research):

يرى بعض الباحثين أن الحرب العالمية الرابعة ضد ما تسميه أمريكا "الإرهاب الدولي" والدول المساندة له هي حرب تعتمد أكثر على التنظير أو التأويل السياسي والإعلامي أكثر مما تعتمد على المعلومات الموضوعية التي قد يجمعها المراسلون الصحفيون أو حتى عملاء الإستخبارات، ففي مقابل بضع عشرات من الإعلاميين الأمريكيين الذين يغطون الأحداث في الشرق الأوسط هناك آلاف المنظرين والمعلقين السياسيين الأمريكيين الذين يفسرون الأحداث والوقائع على طريقتهم بمعزل عن الحقائق على الأرض، وهذا المعنى فإن الإنتصار أو الهزيمة في الحرب الأمريكية على "الإرهاب الدولي" والدول المساندة له سيعتمد بشكل كبير على مدى نجاح أو

فشل الحملة التي يشنها الإعلام الأمريكي بحسب إنحيازاته وإستقطاباته الجمهورية أو الديمقراطية.¹

ويمكن إجمال مستويات أهمية هذا البحث فيما يلي:

1/ يعتبر هذا البحث من الدراسات التي تحاول التصدي للخطاب الإعلامي الأمريكي نحو العالم الإسلامي.

2/ تنبع أهمية هذا البحث من أن العالم الإسلامي يتعرض لهجمة شرسة من الغرب وأمريكا على وجه الخصوص الأمر الذي يحتم دراسة الخطاب الإعلامي الأمريكي حتى يتسنى التعرف على الأساليب التي ينتهجها في حربه والكيفية التي يمكن بها التصدي لهذا الخطاب.

3/ هناك بوادر صحوة إسلامية جاءت نتيجة السياسات الغربية والأمريكية خاصة التي يتم انتهاجها في منطقة الشرق الأوسط، والعالم الإسلامي، الأمر الذي دفع العديد من الجماعات الإسلامية إلى تبني سياسات ضد المصالح الغربية والأمريكية في المنطقة، وتأتي أهمية البحث لمعرفة الأسس التي تنطلق منها تلك الصحوة ضد السياسات الأمريكية.

رابعاً: أهداف البحث (Research objectives):

تأسست الأهداف التي يلور حولها البحث في مجموعة من المستويات وهي:
أولاً: معرفة الشكل الذي يخرج به الخطاب الإعلامي الأمريكي الموجه إلى دول وشعوب العالم الإسلامي.

ثانياً: الوقوف على مستويات الصورة الذهنية التي رسمها الإعلام الأمريكي للمسلمين.
ثانياً: الوقوف على السياسة التحريرية التي ينطلق منها الإعلام الأمريكي عند إنتقاء وأختيار المواد التي ينشرها ويستهدف بها الإساءة إلى الأمة العربية.

ثالثاً: كيفية التصدي للدعاية الأمريكية تجاه العالم الإسلامي.
رابعاً: توضيح المنهج الذي يمكن من خلاله وضع الخطط وتحديد الآليات التي يمكن عن طريقها التصدي للجوانب السالبة للخطاب الإعلامي الأمريكي تجاه العالم الإسلامي.

خامساً: تساؤلات البحث (Research Questions):

يسعى البحث للإجابة على التساؤلات التالية:
أولاً: ما هي التأثيرات التي يتركها الخطاب الإعلامي الدولي في ظل العولمة على سيادة الدول؟.

1 عاصم السيد، الإعلام الأمريكي الموجه وتكرس الهيمنة، مقال، القاهرة.

ثانياً: إذا كانت وسائط الإتصال تلعب دوراً كبيراً في تكوين التصورات المشتركة للواقع بين أفراد المجتمع فإلى أي مدى تكون صدقية هذه الوسائط في لعب ذلك الدور؟
ثالثاً: إلى أي مدى استطاع الخطاب الإعلامي الأمريكي تشكيل الرأي العام في العالم الإسلامي وفقاً لمعطيات السياسة الأمريكية؟
رابعاً: ما هي المرتكزات التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي الأمريكي؟
خامساً: إلى أي مدى يتجانس الخطاب الإعلامي الأمريكي مع القيم الإسلامية؟
سادساً: ما هي العلاقة التي تربط اللوي اليهودي بالخطاب الإعلامي الأمريكي؟
سابعاً: هل هناك توازن في التدفق والتوازن الإعلامي العالمي والخطاب الإعلامي الأمريكي؟
ثامناً: إلى أي مدى تلعب الدعاية الأمريكية دوراً في تحييد وتقييد العالم الإسلامي؟
تاسعاً: ما هي السبل التي يمكن إتباعها في العالم الإسلامي لمواجهة الخطاب الإعلامي الأمريكي؟

سادساً: الدراسات السابقة (Previous studies):

الدراسة الأولى:

FRAMING ANALYSIS OF THE NEW YORK TIMES AND LE MONDE FOLLOWING THE ATTACKS OF SEPTEMBER 11

By ALLISON IRENE AIKEN

A THESIS PRESENTED TO THE GRADUATE SCHOOL OF THE UNIVERSITY OF FLORIDA IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN MASS COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF FLORIDA.

May 2003

ABSTRACT

The terrorist attacks of September 11 shocked the entire world. The media frenzy that ensued was unlike anything ever witnessed. The present study looks at the first ten days after the attacks to discover, using framing theory, reporting differences between the United States and France. Using The New York Times and Le Monde, the present study content analyzed a ten-day period of articles about the attacks. Five media frames defined in previous research were employed as a means of categorization for the articles. In addition to analyzing the frames used in each article, the present study also analyzed the type of source and the eliteness of the source used in each article. There was a significant difference in the way the two newspapers used the five media frames and elite sources. Le Monde used the economic consequences frame more significantly than The New York Times did, and The New York Times used the human-interest frame and conflict frame significantly more than Le Monde used them. Le Monde also used elite sources significantly more than

The New York Times used them. Additional analysis was done looking at the data in two time periods different from the period under investigation. The data were looked at for the first two days under investigation (September 12-13) and for the eight-day period following the immediacy of the attacks (September 14-21). The two-day analysis showed no significant differences in the newspapers' use of frames or sources. The eight-day analysis showed stronger differences in usage of frames and sources than the analysis of the whole ten-day period showed.

الدراسة الثانية:

الحرب النفسية الأمريكية تجاه العرب والمسلمين

دراسة تحليلية في مضمون الخطاب الإعلامي الأمريكي

الباحث: عبده علي عبد الله البحص

الدرجة العلمية: ماجستير

الجامعة: جامعة المستنصرية

الكلية: إدارة ومحاسبة

بلد الدراسة: العراق

لغة الدراسة: العربية

تاريخ الإقرار: 2004م

نوع الدراسة: رسالة جامعية

الملخص:

أولاً - نتائج البحث:

في ضوء التناول النظري والميداني لموضوع البحث المستند إلى التحليل العلمي لجوالب وابعاد الموضوع يمكن استخلاص مجموعة من النتائج العامة وصياغتها على وفق الآتي:

1. التركيز الكبير من الولايات المتحدة على إتهام دول بعينها بممارسة ودعم الإرهاب لاسيما العربية والاسلامية منها وبشكل ادق كان التركيز أكثر بروزاً بشأن العراق وأفغانستان في اطار عملية التبرير لغزو البلدين تحت طائلة مزاعم الارهاب.

2. السعي الأمريكي الحثيث الى تشكيل تحالف دولي يأتمر بأمرها من اجل مساندة وتسويق سياساتها العدوانية ضد البلدان التي تعدها (دولاً مارقة) وممارسة الضغط والابتزاز ضد الدول التي ترفض الانضمام الى ذلك التحالف لاسيما من خلال الامم المتحدة وحلف الناتو والمنظمات الدولية الاخرى.

3. محاولة إبراز قوة الولايات المتحدة الأمريكية وتفوقها التسليحي والعسكري والتكنولوجي والمعلوماتي لتخويف العالم وقتل روح المقاومة والصمود.

4. تبني الولايات المتحدة في أجندتها السياسية ما تسميه بالارهاب ليكون بمثابة عدو وخصم دولي للولايات المتحدة التي سعت وتسعى الى تجنيد وتعبئة الرأي العام الأمريكي والدولي لمحاربتة، سواء أكان يمثل اشخاصاً أم منظمات أم دولاً وهي استراتيجية جديدة لتعزيز الهيمنة الأمريكية على العالم ومحاربة خصومها الدوليين.

5. الاساءة الى الدين الاسلامي الحنيف بوصفه (دين الارهاب) فضلاً عن تشويه القرآن الكريم وتقديم آياته بصورة فكاهية وهزلية والفاظ جارحة وكذلك السخرية من الرسول (صلى الله عليه وسلم) وزوجاته وآل بيته.

6. التركيز الأمريكي على ان الحملة ضد (الارهاب) ومن يمثله (من العرب والمسلمين) هي للدفاع عن الولايات المتحدة الأمريكية منطلقة من حجة احداث 11 ايلول فضلاً عن التركيز على ان حملتها ضد (دول محور الشر) للحفاظ على الامن القومي الأمريكي.

7. السعي الى تحقيق الاهداف الصهيونية في إطار الحملة الأمريكية (ضد الارهاب) من خلال استهداف المنظمات الفلسطينية الاسلامية والدول التي تدعمها، فضلاً عن التهديدات الموجهة الى سوريا وايران بوصفها من دول محور الشر.

8. توظيف الآلة الدعائية والاعلامية الأمريكية الضخمة وعلى نطاق واسع من اجل مساندة وتبرير السياسة الأمريكية ضد العرب والمسلمين وبعض رموزهم من خلال ربط صورهم بممارسات وسلوكيات يتم نعتها بالإرهابية.

9. تولي زعماء ومسؤولون أمريكيون بارزين مهام اطلاق التصريحات الدعائية الرامية إلى تكريس الاتهامات وكانت التصريحات تلك مشحونة بالمضامين الدعائية التي تنقلها بسرعة وكالات الانباء الدولية وهي محملة بالاتهامات ضد العرب والمسلمين.

10. اعتماد الدعاية الأمريكية على بعض المصادر السرية والمجهولة لتمرير بعض الافكار والابخار الدسيسة من اجل تناقلها لتبدو وكأنها حقائق وهو أسلوب دعائي يستخدم في إطار الحرب النفسية ضد العرب والمسلمين.

11. انتقال الحرب النفسية الأمريكية ضد العرب والمسلمين من الرمزية والخطاب المبطن الى المباشرة والمجاهرة في السعي الى الصاق التهم بممارسة ودعم وايواء الارهاب والارهابيين في توطئة لتنفيذ السياسة العسكرية الأمريكية ضدهم وضد دولهم وشعوبهم.

ثانياً - التوصيات:

يمكن استخلاص مجموعة من التوصيات الاساسية التي يمكن صياغتها في ضوء النتائج التي توصل اليها البحث ونقدمها على وفق الآتي:

1. ضرورة سعي المؤسسات الاعلامية العربية والاسلامية الى مواجهة الحرب النفسية الامريكية والرد على ادعاءاتها، وفضح اهدافها واساليبها في كل أنحاء العالم على المستويات الشعبية والرسمية.

2. تعزيز التعاون الاعلامي بين الدول العربية والاسلامية من اجل صياغة خطاب اعلامي فاعل ومؤثر يمكن له مواجهة المد الدعائي الامريكي.

3. الانتباه الى الدور الاستخباري والتخريبي الذي تمارسه بعض المؤسسات الاعلامية الامريكية والبريطانية العاملة في الاقطار العربية لاسيما وانها منظمات استخبارية تعمل تحت واجهات اعلامية وضرورة الحد من تأثيرها.

4. توفير المناخ السياسي والاعلامي الملائم لوسائل الاعلام العربية حتى تطور من امكاناتها وتكتسب ثقة جمهورها حتى لا يتوجه الى وسائل الاعلام الغربية.

الدراسة الثالثة:

تغطية أخبار الشرق الأوسط في الصحافة الأمريكية

تحليل مضمون "نيويورك تايمز"، "اشنطن بوست" و"ول ستريت جورنال"

الباحث: علي بن شويل القرني.

الدرجة العلمية: الماجستير.

الجامعة: جامعة أوهايو.

الكلية: الإعلام.

بلد الدراسة: الولايات المتحدة الأمريكية.

لغة الدراسة: الإنجليزية.

تاريخ الإقرار: 1982.

نوع الدراسة: رسالة جامعية

ملخص:

لم يتحصل الباحث على ملخص للدراسة، رغم اتصاله بمعد البحث الدكتور علي بن شويل القرني عبر "الواتساب".

سابعاً: التعريفات الإجرائية (Procedural definitions):

هناك مجموعة من المصطلحات الوارد إستخدامها في هذا البحث وهي هنا يقصد بها تعريفات محددة تنماشى والقصد العام من الدراسة، ومن ضمن هذه المصطلحات يمكن توضيح الآتي:

إتجاهات Attitudes:

إتجاهات جمع إتجاه وهو يعني لدى جوزدن البورت (G. Alport): "حالة من الإستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على إستجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الإستجابة"¹.
ونعني به هنا الترتيبات والمعالجات التي ينتهجها الخطاب الإعلامي الأمريكي لتكون ذات تأثير على الرأي العام توجهه وفقاً لمواقف الإدارة الأمريكية نحو العالم الإسلامي.

الخطاب الإعلامي Media discourse:

ونقصد به هنا النسق الذي يشكل نوع الممارسة الاتصالية المخطط لها، وهو جماع المعايير التي تحكم الكيفية التي يتم بها تقديم الرسالة الاتصالية من قبل الإدارة الأمريكية نحو العالم الإسلامي.

الأمريكي (American):

من أمريكا أي الولايات المتحدة الأمريكية، وهي هنا بوجودها الطاعني في السياسة الدولية وتأثيراتها على كافة السياسات المحلية للدول الإسلامية عبر كثير من السياسات التي تتبعها.

العالم الإسلامي (Islamic world):

يتشكل من كافة الدول الإسلامية التي تنتهج الإسلام عقيدةً ودين، وقد أصبح المصطلح فيما بعد - خاصةً بعد إهتبار المعسكر الشرقي - يشكل كتلة تضاد حضاري مع الغرب الذي تشكل في ذهنه الصراع مع العالم الإسلامي بإعتباره جزءاً رئيسياً من مكونات النهضة الحضارية الغربية وقد ظهر ذلك جلياً في كتابات Prof Samuel Huntington البروفيسور صامويل هنتغتون وغيره والذين تعتبر أفكارهم هي المحرك والموجه الأكبر في السياسة الأمريكية، وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 ألصقت قفمة الإرهاب الدولي بالعالم الإسلامي أو بالإسلام بصورة مباشرة أحياناً عن قصد.

¹ محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مطبعة المدني، القاهرة، الناشر مكتبة الخانجي ودار الرفاعي، ط. ثانية، 1984م ص 105.

ثامناً: المنهج المتبع (Methodology):

يعتبر الكثير من الباحثين إن دراسات علوم الإتصال (Communication Science) تُصنّف في الغالب ضمن الدراسات الوصفية (التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع بهدف الحصول على معلومات كافية)¹، وسيعتمد الباحث هنا على منهج المسح الذي يوصف بإعتباره من أبرز المناهج التي تُستخدم في دراسات علوم الإتصال Communication Sciences، وهو يعتبر (جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية)².

تاسعاً: أدوات جمع البيانات (Data collection tools):

ومن ضمن هذه الأدوات التي سيستخدمها الباحث في هذه الأطروحة:

أولاً: تحليل المحتوى Content analysis:

يعتبر تحليل المحتوى واحداً من أهم الأدوات المستخدمة في دراسات وسائط الإتصال، وهو "منهج لدراسة وتحليل الإتصال بطريقة منهجية، موضوعية وكمية وذلك بغرض قياس المتغيرات"³، وهو "أكثر الأدوات نفعاً في مجال الإجابة عن تساؤلات الباحثين التي تدور حول السلوك المرتبط بالرسائل الاتصالية، وهو أسلوب منظم لتحليل ومعالجة مضمون الرسائل وهو أداة ملاحظة وتحليل السلوك الإتصالي العلني للقائمين بالإتصال"⁴ وهناك إتجاهان في تحليل المحتوى "إتجاه يركز على الجوانب الوصفية، الكيفية والكمية للرسالة الإعلامية كما هي ... وإتجاه يركز على الجوانب الديناميكية لتحليل المضمون مع توضيح قدرته على التنوُّ بالأبعاد المستترة وراء الرسالة الإعلامية"⁵.

وتفيد دراسة تحليل المحتوى في التعرف على كل أو بعض العناصر التالية:

1. مدى إهتمام وسائل الإتصال بالموضوعات الإعلامية المختلفة.

1 د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ص 123.

2 المرجع السابق، ص 127.

3 أحمد بدر، مناهج البحث في الإتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998م، ص 31.

4 ريتشارد بن وآخرون، تحليل مضمون الإعلام، ت/د. محمد ناجي الجوهر، أريد - قدسية للنشر، ط. أولى 1992م، ص 10.

5 عواطف عبد الرحمن، نادية سالم، ليلي عبد الحميد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 15.

2. الأهمية النسبية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الاتصالية التي تقدمها.

3. تحليل كل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية بهدف التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية.

ثانياً: الإستقصاء Survey:

ويقصد به الوقوف على إتجاهات الرأي العام تجاه قضية عامة أو عدة قضايا يدور حولها الجدل والنقاش وهو أكثر أدوات جمع البيانات إستخداماً لإمكانياته في الحصول على معلومات لم يكن من الممكن الحصول عليها دون إستطلاع الآراء أو التعرف على المواقف والإتجاهات¹.

ثالثاً: الملاحظة Note:

هي عملية إستطلاع غير مباشرة للرأي العام، وهي أقرب إلى الأسلوب العلمي التجريبي، وهذه الطريقة تعتمد على ملاحظة الإنفعالات والتصرفات والحركات والنبرات والإشارات والهمسات وغير ذلك مما يؤدي معنى².

عاشراً: الإطار الزماني والمكاني (Temporal and spatial framework):

الإطار المكاني للبحث هو الولايات المتحدة الأمريكية ويتمثل في عينة من إفتتاحيات صحف واشنطن بوست ونيويورك تايمز للأهمية التي تلعبها من خلال الدور الرائد في تشكيل الرأي العام في المجتمع الأمريكي وفي أوساط قيادات الرأي العام، وإفتتاحيات هذه الصحف وضع خاص لدى الوزراء ومتخذي القرار بين التنفيذيين الحكوميين، على أساس أنها تعبر بصورة مباشرة عن الإدارة الأمريكية، ويوضع لها حساب خاص نسبة للتأثير الذي تلعبه وسط الرأي العام الأمريكي.

أما الإطار الزماني فيتحدد خلال الفترة من سبتمبر 2001م حتى سبتمبر 2003م، وتمثل هذه الفترة كل تداعيات أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 الشهيرة والتي بموجبها تحددت السياسات الأمريكية السالبة تجاه العالم الإسلامي والحروب الشرسة التي قادتها فيما بعد تحت مسمى الحرب على الإرهاب.

1. معنصم بابكر مصطفى، الإذاعات الدولية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 1999م، ص 88.

2 أحمد بدر، مرجع سابق، ص 187.

الفصل الثاني

الخطاب الإعلامي

المبحث الأول

مفهوم الخطاب الإعلامي

المبحث الثاني

سياسات ومقومات الخطاب الإعلامي

المبحث الثالث

وظائف الخطاب الإعلامي

الفصل الثاني

الخطاب الإعلامي

Media Discourse

مدخل (Preface):

صاحب التطور الهائل في العلاقات الدولية وتشابك سياسات الدول ومصالحها، استدعاءً لوسائل الاتصال الجماهيري كي تنمط تلك العلاقات في إطار تماسكها مع الرأي العام الدولي، ولتقوم بدورها عبر خطاب إعلامي يسعى للهيمنة وتقدم تفسيرات مخالفة للواقع. ومع كل ذلك فقد ظل الخطاب الإعلامي مفهوماً ملتبساً غير محدد المعالم بشكل نهائي، فهو نظام لعبت فيه أساليب ومضامين الهيمنة والتضليل دوراً نافذاً جعل بالضرورة الربط بين المصطلح والدول ذات المنحى المهيمن وعلى وجه الخصوص الولايات المتحدة، وقد تعاضم ذلك الربط على وجه الخصوص إبان الحرب على العراق والحرب المزعومة على الإرهاب في أفغانستان وغيرها من الحروب التي تقودها الولايات المتحدة من أجل فرض المزيد من السيطرة على العالم.

والتطورات التي شهدتها الخطاب أعطته أبعاداً ذات دلالات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمرجعياته في التنفيذ على أرض الواقع كمنهج يحاول تأطير الجهات المخاطبة عبر الرؤية الكلية للجهات التي تحاول استمالة الرأي العام وتحديد توجهاته وسلوكه العام داخل المجتمع. لذلك يرى الباحث أن الخطاب الإعلامي هو النسق الذي يشكل نوع الممارسة الإعلامية عبر نظام معايير متفق عليه ومفهوم القصدية في التأثير على السلوك بمعالجة الأفكار والصور واستخدام اللغة والإشارات قيمياً، وهو جماع المعايير التي تحكم الكيفية التي يتم بها تقديم الرسالة الإعلامية.

وبالعموم يدرس الباحث في هذا الفصل الخطاب الإعلامي ويحدد مسارات مفهومه، حيث يناقش الفصل في مبحثه الأول مفهوم الخطاب الإعلامي محدداً مستويات الخطاب وفقاً لثلاثة مستويات في إطار المفهوم اللغوي والقرآني، وإطار المستوى المضموني: مفهوم المصطلح، وأخيراً في إطار مستوى المفاهيم الحديثة.

كما يحاول الباحث في هذا المبحث دراسة العلاقات بين المتغيرات التي تحيط بالخطاب الإعلامي وثوابت النظام بصورة عامة، ويضع محددات لمفهوم الخطاب الإعلامي وفقاً لمعايير الاتفاق والتكامل التي تشمل النمط الكلي للنظام، ومفهوم القصدية في تحديد أساليب التأثير لتحويل أفكار ومعان محددة إلى سلوك، ومنهجية المعالجات لمضامين الأفكار بنظام متقن وعبر أساليب محددة، بالإضافة إلى اللغة كنسق قيمي لها أبعاد أكثر من كونها وسيطاً للأفكار.

كذلك يتناول الباحث في هذا المبحث سياقات الخطاب الإعلامي على مستوى الممارسين الإعلاميين، ووسائل الاتصال الجماهيري، والنظام الأيديولوجي.

ومن ثم يأتي المبحث الثاني الذي يناقش سياسات ومقومات الخطاب الإعلامي، الذي يعمل وفقاً لمجموعة من السياسات التي تحكمه، إن كانت تلك السياسات تتعلق بالنظام الاجتماعي العام الذي توجد فيه وسائل الاتصال الجماهيري التي تخدم أسس ذلك الخطاب، أو السياسات التي تحكم القائم بالخطاب الإعلامي، والتوجيه المتعمد للسياسات الإعلامية.

أما في مبحثه الأخير فإن الفصل الثاني يناقش وظائف الخطاب الإعلامي، حيث تشكل الوظائف العامة لوسائل الاتصال الجماهيري ضمناً للمنطلقات الرئيسية التي يتحرك في نطاقها الخطاب الإعلامي على أساس أنه النسق النهائي المنتج لسياسات النظام الإعلامي والذي يسعى للتأثير في الجمهور المستهدف اعتماداً على وظيفة الإقناع والإغراء حتى ولو كان إقناعاً عبر أساليب التضليل Misinformation.

المبحث الأول

مفهوم الخطاب الإعلامي

المبحث الأول

مفهوم الخطاب الإعلامي

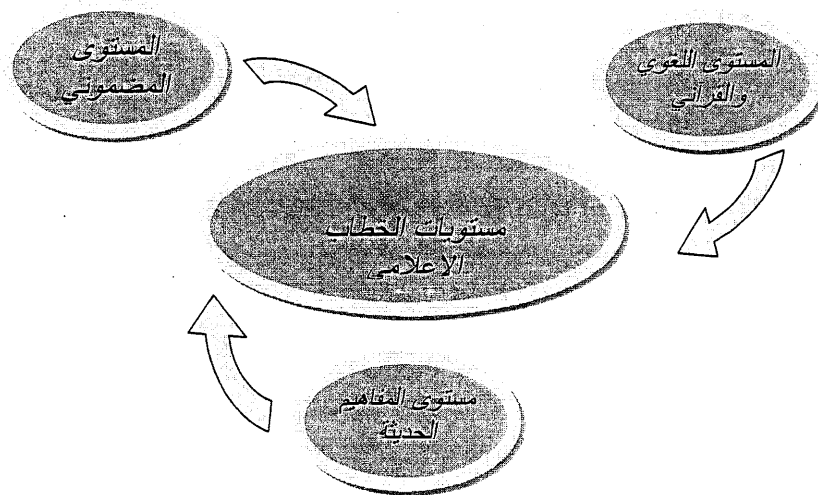
The Concept of Media Discourse

الخطاب الإعلامي Media discourse مصطلح يُستخدم في دراسات علوم الإتصال Communication Science وهو مفهوم يتألف من عنصري "الخطاب" و"الإعلامي"، وأن مجموع هذين العنصرين يشكل هذا المفهوم، والأخير منهما صفة للأول، ويميزه عن غيره على أساس أن هناك أنواعاً أخرى من الخطاب مثال "الخطاب السياسي"، "الخطاب الفكري"، "الخطاب الشعبي" ... الخ.

وهنا يحاول الباحث وضع تصور عما يعنيه مفهوم الخطاب ابتداءً. وللمفهوم دلالة يتعدى بها الدلالة اللغوية إلى الدلالات الفلسفية والسياسية والإعلامية وتتضح الفروق بين الدلالات حسب السياسات التي ترد فيها. ومفهوم الخطاب بعمومه يطرح العديد من الإشكاليات تتعلق بتعارضات بين الباحثين في مجالات علوم اللغة واللسانيات وعلوم الإتصال، مثلما هو حاصل في العديد من الحقول المعرفية الإنسانية والاجتماعية.

مستويات الخطاب الإعلامي:

تحدد مستويات الخطاب وفقاً لثلاثة مستويات هي:



أولاً: على مستوى المفهوم اللغوي والقرآني:

جاء في لسان العرب، الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً، وهما يتخاطبان.

والخطاب في أبسط صورته هو: "ما يُكلم به الرجل صاحبه ونقيضه الجواب"¹، وهو هنا يعني الصورة الشفاهية التي تحدث في حال الإتصال المواجهي (Face to Face Communication)، وهو يعني أيضاً ما كان كلاماً له وقعه ويقوم على مرتكزات الإقناع، ذلك أنه (يقال: "رجلٌ خطيب" أي حسن الخطبة)²، والحسن هنا يعتمد على معايير المنطق والفصاحة.

ومفهوم "الخطاب" في اللغة يأتي أيضاً بمعنى "الخطبة" والخطبة عند العرب الكلام المنشور ونحوه، والخطبة مثل الرسالة لها أول ولها آخر.

والخطاب كمفهوم في اللغة هو (أمر مصدري فعل خاطب يخاطب خطاباً ومخاطبةً وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم، نقل من الدلالة على الحدث المجرد عن الزمن إلى الدلالة على الإسم)³.

وفي المعاجم الحديثة نجد الخطاب يأتي بمعنى الحديث والقول، وتذكر هذه المعاجم عدداً من التعريفات منها: "إيصال المعنى إلى السامع عن طريق الكلام"⁴، ويضيف آخرون إلى هذه العبارة "بحيث تتسلسل الكلمات وتترتب"⁵، ويضيف آخرون بأنّ الخطاب "قد يكون شفوياً أو تحريراً ويعالج موضوعاً بشئ من التفضيل"⁶.

وكلمة خطاب (Discourse) في الإنجليزية تعني (التعبير عن الأفكار بالكلمات)⁷، وهو نفس ما عناه الباحث فيما سبق بأنه الكلام المرتكز على الإقناع ومعايير المنطق والفصاحة.

¹ . المنجد في اللغة والأعلام، معاجم دار المشرق، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، ط. العشرون، 1960م، ص 186.

² . نفس المرجع، ص 186.

³ . إدريس حمادي، الخطاب الشرعي وطرق استثماره، ط. أولى، المركز، بيروت، 1994م، ص 15.

⁴ . محمد علي الخولي، معجم علم اللغة النظري، ط. أولى، مكتبة لبنان، بيروت، 1982م، ص 103.

⁵ . إبراهيم فتحي، معجم المصطلحات الأدبية، ط. أولى، المؤسسة العربية للناشرين المتحدّين، بيروت، 1986م، ص 172.

⁶ . رمزي البعلكي، معجم المصطلحات اللغوية، (مادة خطاب)، ط. أولى، دار العلم للملايين، بيروت، 1990م.

⁷ . محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م، ص 1137.

والمعنى السابق يشمل محادثة بين طرفين أو أكثر، أو المناقشة الرسمية أو المعالجة المكتوبة لموضوع أو حوار أو كلام.

و(التعبير عن الأفكار بالكلام) هو المعنى الذي أستند إليه عالم اللغويات السويسري - الفرنسي اللغة - فردينان دي سوسير (Ferdinand de Saussure) في كتاباته ومحاضراته العلمية لكي يحول الكلمة إلى مصطلح يدل في علم اللغويات Linguistics على "أي امتداد لغوي له بناء منطقي سليم ويكون أكبر من الجملة الواحدة أو الفقرة المتكاملة"¹.

وهو أيضاً يعني "وصف نظام تعبير مقنن ومضبوط، وهذا النظام ليس في جوهره إلا بناءً فكرياً يحمل وجهة نظر وقد تمت صياغته في بناء استدلالي أي بشكل مقدمات ونتائج بين المخاطب والمخاطب، وبعبارة أخرى فإن الخطاب يعني المعرفة المنظمة الخاصة بجانب محدد من الواقع أو ظاهرة محددة ومن ثم يمكن الحديث عن أنواع أخرى من الخطاب"².

وبعد Saussure سوسير لجأ عدد من المفكرين ونقاد الأدب الفرنسيين إلى المصطلح نفسه لتسمية "مجالات" كاملة من مجالات التعبير اللغوي، ورغم أن ناقداً معاصراً كبيراً مثل الفرنسي Roland Barthes رولان بارت استخدم المصطلح في النقد وتحليل النصوص الأدبية فإن المصطلح اكتسب قيمة نظرية كبيرة عندما استخدمه مفكر ومؤرخ الثقافات الفرنسي Michel Foucault ميشيل فوكو في كتابه المشهور (نظام الأشياء) عام 1966م، حيث كشف تاريخ منظومات ثقافية واجتماعية كاملة عبر عصور طويلة³.

إن مفهوم الخطاب منذ ظهور الدراسات اللسانية على يد de Saussure دي سوسير مرّ بتطورات عدة وكانت كتب النحو تطلقه في البداية على أقسام الكلام وأصبح يعني في اللسانيات بنبوية الكلام في حركية التواصل إلى اللغة التي يستعملها الأفراد ويمثل في جوهره الرحلة التي تساوي أو تفوق الجملة⁴.

¹ . المرجع السابق، ص 1136.

² . لمياء نور المدينة، الخطاب الإعلامي للثورة المهدية، دراسة تحليلية لرسائل المهدي والخليفة عبد الله، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية،

غير منشورة، 2001م، ص 2.

³ . محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 1136.

⁴ . لمياء نور المدينة، مرجع سابق، ص 2.

وعلى مستوى المفهوم القرآني فقد ورد لفظ خطب في القرآن الكريم تسع مرات، وبصيغة خطاب ورد ثلاث مرات، في قوله تعالى {فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ}، (سورة ص الآية 23)، وفي قوله تعالى {وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ} (سورة ص الآية 20)، كما وردت هذه الصيغة في قوله تعالى {رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنِ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا}، (سورة النبا الآية 37).

وفي معجم ألفاظ القرآن الكريم، خَاطَبَهُ مخاطبةً وخطاباً: تكلم معه، والخطب: الشأن الذي تقع فيه المخاطبة.

في الآيات القرآنية يُقرن الخطاب دائماً بالعزة، وشدة البأس، وبالحكمة وبالعظمة والجلال لله تبارك وتعالى، وهنا مجال فسيح للتأمل والاستبصار والتدقيق في اكتناه المعنى العميق للفظ (خطاب)، مما يخرج به عن المفهوم اللغوي بحسبانه مراجعة للكلام، أو الكلام الذي يُقصد به الإفهام، ويرتقي به إلى مستوى أرفع شديد اللصوق بمعاني سامية تتفاوت بين العزة {وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ}، والحكمة {وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ}، والعظمة الربانية والجلال الإلهي {رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنِ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا} 1.

وقال المفسرون في تفسير قوله تعالى في سورة ص الآية 20 {وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ} إن المقصود بفصل الخطاب هو "الشهود والإيمان"، و"إصابة القضاء وفهمه"، و"الفصل في الكلام والحكم" 2، وعلى ذلك فإن مفهوم الخطاب لغة هو الكلام المنشور الذي يتضمن معانٍ محددة وله بداية وله نهاية.

ثانياً: على المستوى المضموني: مفهوم المصطلح:

تشير بعض الدراسات والأبحاث إلى أن مدارس تحليل الخطاب Discourse Analysis ظهرت في مطلع ثمانينيات القرن العشرين وأنتشرت وأصبح لها وجود وتأثير ملحوظ في

1. د. عبد العزيز بن عثمان التويجري، الخطاب الإسلامي بين الأصالة والمعاصرة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة "إيسيسكو"، 1424هـ، 2003م، ص 15.

2. الحافظ أبي الفداء إسماعيل ابن عمر ابن كثير، تحقيق سامي بن محمد السلامة، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط. ثانية 1999، المجلد السابع، ص 59.

الدراسات الأجنبية والعربية، ومع ذلك فإن هناك غموضاً وعدم اتفاق بين هذه المدارس حول مفهوم الخطاب الإعلامي ومكوناته¹.

إن الخطاب اصطلاح فلسفي، يقارب في الدلالة المقولة الفلسفية؛ فالخطاب الفلسفي لفلان، هو منهاجه في التفكير والتصور وفي التعبير عن أفكاره وتصوراته، وهذا الخطاب يتعارض أو يتوافق مع الخطاب الفلسفي لعلان.

ودخل هذا المفهوم في الفكر السياسي المعاصر، فصار الخطاب السياسي، منظوياً على الحمولة الفكرية والمضمون الإيديولوجي، مما يجعل الخطاب السياسي لهذه الجماعة معبراً عن عقيدتها السياسية واختياراتها المذهبية، فالخطاب في هذا المقام ليس مجرد أسلوب للتبليغ، وطريقة للتعبير عن الرأي والموقف، ولكنه الوعاء المعبر عن الروح والعقيدة والفلسفة والمذهب.

وينطبق هذا المفهوم أيضاً، على الخطاب الثقافي، والخطاب الأدبي، والخطاب الفني، والخطاب الإعلامي، وإن كان الخطاب الإعلامي أكثر استيعاباً للمضامين الواسعة، بحيث يمكن أن يستوعب المستويات الخطابية جميعاً، فيكون الخطاب الإعلامي الديني، والخطاب الإعلامي الفلسفي، والخطاب الإعلامي السياسي ... إلخ.

ثالثاً: على مستوى المفاهيم الحديثة:

إن التطورات التي شهدتها الخطاب أعطته أبعاداً ذات دلالات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمرجعياته في التنفيذ على أرض الواقع كمنهج يحاول تأطير الجهات المخاطبة وإن كان "مصطلح الخطاب تاريخياً مقوله من مقولات علم المنطق، وتعني التعبير عن فكر متدرج بواسطة قضايا مترابطة، وبعدها أجزئ إطلاقها على العمل البحثي منذ بداية القرن السابع عشر"²، وهو بذلك منهج يقوم على قصدية لا تقوم على الإقناع بالمنطق بل بالتأثير الذي يدمج بين الأساليب المؤثرة في الإنسان نفسية، اجتماعية، عقائدية، ... إلخ، خاصة وأن "بينفسست" يُعرفه بأنه (كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم أو الكاتب وتفترض نية التأثير على السامع أو القارئ مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف

¹. محمد شومان، الخطاب الإعلامي: غموض المفهوم واختلاف أدوات التحليل، دراسة منشورة بموقع الهدى للثقافة والإعلام،

www.sirronline.org/alabwab/alhoda-culture/031.html

². محمد سير حجاب، مرجع سابق، ص 1136.

والممارسات التي تم فيها، ويشير مصطلح "الخطاب" إلى نظام فكري يتضمن منظومة من المفاهيم والمقولات النظرية حول جانب معين من الواقع الاجتماعي بغية تملكه معرفياً، ومن ثم تفهّم منطقته الداخلي، وبهذا المعنى يتناول بعض المفكرين مفهوم "الخطاب" بمعنى المعرفة المنظمة الخاصة بجانب محدد من الواقع أو ظاهرة محددة، ومن ثم يمكن الحديث عن الخطاب التاريخي والخطاب الفلسفي والخطاب القانوني¹.

(وبغض النظر عن هذه الاختلافات فإنه يجب التسليم بأن الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعية متغيرة، ويتعرض دائماً للتغير والتطور، لكن الأمر الأكثر أهمية هو أن نفهم أن الخطاب الإعلامي ليس شيئاً واحداً بل هناك عدد من الخطابات الإعلامية المتصارعة أو المتعاونة، كما أن هناك تداخلاً أو تعايشاً بين أكثر من خطاب. وتعكس هذه الخطابات المتداخلة حقائق اجتماعية متباينة ومصالح متعارضة، ومع ذلك فقد تحدثت استعارات في المفاهيم والأطروحات في إطار محاولة كل خطاب أن يواكب الواقع ويحظى بقدر أكبر من التأثير الاجتماعي.

وعلى سبيل المثال قد يتبنى الخطاب الإعلامي لحكومة ما بعض المقولات أو المفاهيم لحزب معارض ويدمج في إطار بنيته الخطابية، بهدف التأثير في الجمهور وحرمان المعارضة احتكار هذا التأثير. كما أن خطابات أحزاب اليمين قد تتبنى بعض مقولات ومفاهيم خطابات أحزاب من أقصى اليسار، أو العكس².

وإذا أضيف إلى مصطلح "الخطاب" صفة "الإعلامي" فهو هنا - الخطاب الإعلامي - يستدعي إلى الذهن تصوراً واسعاً لنظام مجموعة من العمليات التي يتم تجهيزها وإجازتها عبر وسائط الاتصال المختلفة، ويتم تقنينها وجهة مجتمع متكامل ولديها أنظمة تشرع بها مكونات في تأسيس معالجات ممنهجة لكثير من القضايا عبر الزمان والمكان.

وهو بالعموم توجه متحرر لا يتجاوز خصائص الجمهور المستهدف ولا يتمسك بالأساليب التي تجاوزها الزمن في صياغة الرسائل الإعلامية المراد إيصالها والتأثير بها.

وإذا كان مفهوم "الخطاب" في اللغة هو الكلام المنشور الذي يتضمن معانٍ محددة وله بداية وله نهاية، فهو معنى يقترب من مفهوم "الرسالة الصحافية أو الإعلامية" التي يشتمل عليها

1. المرجع السابق، ص 1136-1137.

2. محمد شومان، مرجع سابق.

الخبر أو الموضوع الصحافي فهي أي الرسالة الصحافية عبارة عن كلام منشور وتشتمل على معانٍ محددة ولها بداية تتمثل في المقدمة ولها نهاية هي خاتمة التحقيق أو الحديث الصحافي أو المقال، والخطاب الصحافي أو الإعلامي ليس إلا مجموعة من الصور الذهنية التي يحرص صانع الرسالة الإعلامية على تضمينها وفقاً لتفضيلاته اللغوية، وتجربته الإدراكية التي يقيس من خلالها الحديث، فالصحافي هنا يلعب الدور الأكبر في التأثير على مجموعات الأحداث وسياقاتها من خلال مرشحات الرؤية الخاصة التي تفرض حضورها في شكل مفردات وعبارات¹.

وهذا الصحافي لا ينفصل عن السياق العام للممارسين الإعلاميين فيما يتعلق بالخطاب الإعلامي على أساس أنه منهج متكامل يقوم به مجموعة من الإعلاميين في وسائط إتصال مختلفة عبر نظام لغوي متفق عليه والنظام اللغوي هنا يعني به الباحث نسق قيمي يحمل مرتكزات الخطاب الإعلامي، (وإذا كانت اللغة هي الأداة الأساسية للخطاب، فإن تحليل الخطاب Discourse Analysis هو تحليل لهذه اللغة في الإستعمال، لذلك لا يمكن أن ينحصر في الوصف المجرد للأشكال اللغوية بعيداً عن الأغراض أو الوظائف التي وضعت هذه الأشكال لتحقيقها بين الناس، وطبقاً للنظرية التفاعلية أو الوظيفية التفاعلية فإن اللغة تستعمل لأداء وظائف تواصلية عديدة إلا أن وظيفتها الأكبر أهمية هي إيصال المعلومات، إن محلل الخطاب يعالج مادته اللغوية بوصفها مدونة "نصاً" لعملية حركية استعملت فيها اللغة كأداة توصيلية في سياق من قبل متكلم أو كاتب للتعبير عن معانٍ وتحقيق مقاصد الخطاب)².

إن اللغة في الخطاب الإعلامي ليست وظيفتها الأكبر إيصال المعلومات كما ذكر د. محمد منير حجاب وتتحول بذلك إلى وعاء فقط ليس له علاقة بمضامين الخطاب، فالباحث يرى أن اللغة في الخطاب الإعلامي هي نسق قيمي أرفع من أن يكون وسيطاً ناقلاً فقط فكل مفردة يتم استخدامها في معالجات الخطاب لها وضعيتها الخاصة في مكانها وزمانها. ومن هذا المنطلق أيضاً في إطار تفكيك الباحث لبعض مقولات الدكتور حجاب فهو يعرف محددات الخطاب الصحافي على أساس أنها مجموعة المعاني والأفكار التي تعبر عنها

1. المرجع السابق، ص 1137.

2. المرجع نفسه، ص 1138.

موضوعات الصحافة من خلال الفنون الصحفية المختلفة وهي الخبر والتقرير والحديث والتحقيق والمقال والكاريكاتير والصور الصحفية، والمصطلح الأقرب لهذا التعريف هو السياسة التحريرية وليس الخطاب الصحفي، وبالعوم يتم استخدام مصطلح الخطاب الإعلامي أكثر من استخدام مصطلح الخطاب الصحفي، فموضوعات الصحافة من أنواع كتابية بما تحمله من مضامين يؤسس لسياسة تحريرية، والخطاب من الممارسة دلّ على كونه نظام متكامل تسهم فيه مجموعة من وسائط الإتصال، وحتى إذا تم استخدام مصطلح الخطاب الصحفي فهو يدل على اشتراك مجموعة الصحف الصادرة التي توضح جماع الخطاب العام الذي يستهدف جمهوراً عاماً أو محدداً.

ويرى الدكتور إبرير بشير في تعريفه للخطاب الإعلامي بأنه "منتوج لغوي إخباري متنوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية Structure socio-culturelle محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعّالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمراكز المعرفية التي يصدر عنها"¹.

ومن كل ذلك يضع الباحث تعريفاً لمفهوم الخطاب الإعلامي كما يلي:
(الخطاب الإعلامي هو النسق الذي يشكل نوع الممارسة الإعلامية عبر نظام معايير متفق عليه ومفهوم قصديّة التأثير في السلوك. بمنهج معالجات للأفكار والصور يستخدم اللغة والإشارات قيماً، وهو جماع المعايير التي تحكم الكيفية التي يتم بها تقديم الرسالة الإعلامية).

نموذج بناء الخطاب:

إذا كان النموذج عبارة عن "محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يُفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي"²، فإن الباحث هنا يحاول دراسة العلاقات بين المتغيرات التي تحيط بالخطاب الإعلامي وثوابت النظام بصورة عامة.

¹. إبرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي - دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونية، ورقة قدمت بالملتقى الدولي الخامس "السيمياء والنص الأدبي"، جامعة محمد خيضر بسكرة في الجزائر 15-17 نوفمبر 2008، http://univ-biskra.dz/lab/lla/index.php?option=com_content&view=article&id=103&Itemid=86

². د. حسن عماد مكاوي ود. ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط. السادسة فبراير 2006م، ص 37.

ويقسم بعض الباحثين نماذج الإتصال إلى نوعين رئيسيين هما¹:

النماذج الخطية (أحادية الإتجاه) Linear Models

النماذج التفاعلية (ثنائية الإتجاه) Interaction Models

يرى الباحث أن الخطاب الإعلامي يعبر عن منهج النماذج الخطية خاصة أنه في الأصل رسالة Message وفقاً لما يراه أرسطو ويمكن أن نفسر الخطبه عنده على أساس أنها هي الرسالة بمعنى أن (الخطبة هي الرسالة)، وكذلك هو يُعرّف الإتصال على أنه (البحث عن جميع وسائل الإقناع المتاحة)، دون الحاجة إلى ردود الفعل أو التفاعل بين المرسل والمتلقي. وتحدد قوة الرسالة الخطاب هنا وفقاً لقدرتها في استخدام استراتيجيات الإقناع واستمالاته العاطفية والعقلية والتخويفية.

وبذلك لا حاجة للتفاعلية في منهج الرسالة الخطاب على أساس أن السياق العام هنا يعبر عن وجود عدد من الجوانب للرسالة الخطاب ويمكن توصيفها كما يلي:

أولاً: الجانب الاجتماعي.

ثانياً: الجانب الأيديولوجي.

ثالثاً: الجانب المرحلي.

فالخطاب بعمومه يعتمد على تصميم رسالة معينة فيها معلومات ومعرفة بقواعد محددة تسعى وراء تحقيق هدف، عبر وسيلة معينة، ما يعني أن للخطاب أثر اقتصادي، اجتماعي، سياسي، يسعى وراءه.

كما يرى الباحث أن الزيادات الكبيرة في حجم التدفق الإعلامي أدت إلى بناء نموذج لنظام الخطاب الإعلامي عبر سلطة القوة التي توفرت في ظل النظام العالمي الجديد خاصة بعد التطورات التي شهدتها المادة الإعلامية السمع - بصرية وكثافتها في ظل الكثير من الاهدات والتحويلات النوعية في الأنظمة السياسية، في مقابل تنوع وانتشار واسع لوسائل الإتصال الحديثة، على الرغم من أن المشكلة عملياً "ليست في حجم وتنوع وانتشار وسائل الإعلام، بل في السلطة المفروضة والمتحققة في الواقع والتي تشكل عبر تلك المنظومة وتداخل مساراتها في

¹ . المرجع نفسه، ص 37.

كل نواحي الحياة¹، لذلك تشكل من واقع الممارسة عبر السلطة المفروضة نظام للخطاب الإعلامي تحددت شروط قبوله وفقاً لمحددات تراعي الواقع الاجتماعي هي:

أولاً: مرونة الواقع الاجتماعي.

ثانياً: قلة نسبة التضاد مع القيم العامة.

ثالثاً: توفر دوافع الاحتياجات التي تسعى وسائل الإعلام لتوفيرها.

وينبغي نظام الخطاب الإعلامي وفقاً لإطارى المبنى والمعنى، أخذاً في الاعتبار ما يلي:

أولاً: التوجه المتحرر من الرقابة المسبقة المقيدة لحرية الأداء والتعبير.

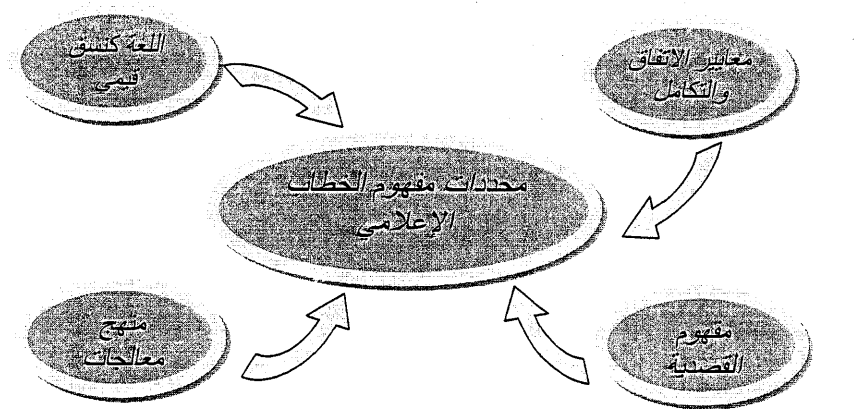
ثانياً: عدم تجاوز خصائص الجمهور المستهدف واتجاهاته، واهتماماته، وعدم إهمال الرأي العام ومشاغله.

ثالثاً: عدم التمسك بالأساليب التي تجاوزها الزمن من صياغة الرسائل الإعلامية.

لذلك جاء بناء الخطاب الإعلامي الموجه وهو يأخذ في اعتباره الكثير من خصائص الرأي العام، معبراً بشكل واضح عن منهاج "سيكولوجية الحشود" التي منحها محتواها المعرفي كل من السييسولوجي الإيطالي سيبو سيجب (Scipio Sighele) (1868-1913م)، والطبيب الفرنسي المتخصص بالأمراض النفسية غوستاف لو بون (Gustave Le Bon) (1841-1931م)، حيث تبنى كل منهما الرؤية القائلة بإمكانية التحكم التوجيهي التضليلي في المجتمع².

محددات مفهوم الخطاب الإعلامي:

يرى الباحث أنه يمكن تحديد مفهوم الخطاب الإعلامي وفقاً لأربعة مرتكزات أساسية هي:



¹. صباح ياسين، الإعلام، النسق القيمي وحيمة القوة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط. أولى، أبريل 2006م، ص 9.

². أرممان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الإتصال، ترجمة د. نصر الدين لعياضي، د. الصادق رابح، مركز دراسات الوحدة العربية، ط. ثالثة 2005م، ص 34.

أولاً: معايير الاتفاق والتكامل التي تشمل النمط الكلي للنظام:

تتفق وتتكامل جميع أركان النظام فيما يتعلق بأسس نظرتها الكلية للأشياء والعلاقات التي تربط بعضها ببعض، مما يوفر القوة للسلطة التي تتحرك وفقاً لأيدولوجيا محددة، فكلما كان هناك اتفاق وتكامل بين أركان العملية، فإن الخطاب الإعلامي يتحدد أطره بصورة سليمة ومباشرة من قبل مشغلي النظام (System Opratores).

ويتحدد وفقاً لمفهوم التكامل Integration إطار من التفاعل Interaction مع أساليب الخطاب الثقافي والاقتصادي والاجتماعي، أخذاً في الاعتبار الاتفاق على الأسس المنهجية بين أركان النظام السياسي وتوفير المرونة والفورية على مستوى النشاط الإعلامي، ما يعطي النظام قدرة سيطرة ذات دلالات سياسية.

ثانياً: مفهوم القصدية في تحديد أساليب التأثير لتحويل أفكار ومعان محددة إلى سلوك:

يتحدد مفهوم القصدية The concept of intention بناءً على الرؤية الكلية للنظام، ومحاولات تحديد الأطر العامة وفقاً لما يسعى النظام للوصول إليه، على كافة المستويات المختلفة من نواحي فكرية، سياسية، ثقافية، اقتصادية واجتماعية، كما يكون التأثير قوياً على الرأي العام، وبذلك يتم تحويل الأفكار والمعاني التي يحملها الخطاب الإعلامي إلى سلوك، ويُستخدم في الخطاب الإعلامي العديد من أساليب التأثير واستراتيجيات الاقناع Persuasion Strategic بشكل قصدي ومطلوب من أجل الوصول إلى التأثير عبر "تشكيل الرأي والاتجاه ثم المعتقد وهي محاولة لتغيير عادات الحياة، ومن ثم قبوله السلوك بفاعلية"1 خاصة أن "العوامل الأساسية في ديناميكية تأثير وسائل الإعلام استشارة الحاجات والدوافع Needs and Motives والتحرير على الاستجابة بتلبية الرسائل الإعلامية لحاجات الفرد ورغباته، ذلك أن أي فرد لديه مجموعة من الدوافع والحاجات تجعل الفرد يستجيب للرسالة مؤيداً لها، إذا ما جاءت ملبية لهذه الدوافع والحاجات"2.

1. د. شامل رضوان، الإعلام وسايكولوجية الخطاب السياسي - البحث عن التبرير، دراسة، مجلة البناء، العدد 59، ربيع الثاني 1422 هـ - يوليو 2001م.

2. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في رسائل الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط 1 أبريل 1993م، ص 61.

ثالثاً: منهجية المعالجات لمضامين الأفكار بنظام متقن وعبر أساليب محددة:

من المحددات المهمة التي تشكل بناء الخطاب الإعلامي المنهاج الذي تتم به معالجة مضامين الأفكار Address the content of ideas، وتحميلها الرؤى الكلية للنظام، لخدمة الأهداف العامة، ذلك أن "المحتوى الإعلامي المصنوف في باطن الموضوع المستهدف هو الذي يمكن أن يكون الأداة الفاعلة والورقة الراجعة التي يستطيع الإعلامي أن يلعبها إذا كان ماهراً في التركيز على المضامين بالطرق والأساليب التي تكفل الوصول إلى الأهداف المبتغاة بأقصر الطرق المقنعة بما تمتلكه من وثائق ودلائل ومنطق تحاوري في حلقات حملة منظمة ومنسقة ومبرمجة تلي طموح الاهتمامات المستوحاة من عمق الظاهرة المطروحة"¹.

رابعاً: اللغة كنسق قيمى لها أبعاد أكثر من كونها وسيطاً للأفكار:

إذا كان النسق في اللغة هو ما جاء من الكلام على نظام واحد. والتنسيق التنظيم²، وهو كما يقول تيماشيف "Timashiff" (ذلك الكل المركب الذي تترابط فيه الأجزاء وتتكامل حول نواة مركزية)³، فإن اللغة تشكل المركز الأساسي لثقل الخطاب الإعلامي، وهي نسق قيمى أرفع من أن يكون وسيطاً ناقلاً فقط فكل مفردة يتم استخدامها في معالجات الخطاب لها وضعيتها الخاصة في مكانها وزمانها، وتوحد اللغة نظام الخطاب الإعلامي وتنظمه، مساهمة مع بقية المحددات العامة للخطاب الإعلامي في تحديد مفهومه العام.

سياقات الخطاب الإعلامي:

ينقسم الخطاب الإعلامي إلى أربعة سياقات تحدد منهج العمل، ونحاول عبرها الباحث دراسة العلاقات بين المتغيرات التي تحيط بالخطاب الإعلامي وثوابت النظام. ويقصد الباحث بالسياق العام بيئة الخطاب الإعلامي Environment of media discourse والمحيط الذي يتأسس داخله، وفقاً لمجموعة من العمليات الثابت منها والمتغير. وتتحدد تلك السياقات من:

1. الدكتور أحمد مطهر عقفات، دور الإعلام والبيئات الإسلامية في معالجة الإساءة وآلياتها، ورقة قدمت في مؤتمر "الإعلام المعاصر بين حرية التعبير والإساءة إلى الدين" الذي عقد في لندن 8 فبراير 2009م.

2. محمد أبو بكر الرازي، مختار الصحاح، دار النهضة للطباعة والنشر، بغداد، 1983م، ص 657.

3. Timashiff, Nicholous, Sociological Theory, Its Nature and Growth, Random House, New York, 1976, P 220.

أولاً: الممارسون الإعلاميون:

المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها العمل الإعلامي وتُظهر قوته وثبوته أو هشاشته وتأرجحه هي 1:

1. العنصر البشري "الممارسون الإعلاميون".

2. العنصر المادي "التمويل".

3. البيئة العامة للممارسة "الحرية".

فإذا توفرت هذه العناصر فإن ذلك ينتج إعلاماً حراً وقائداً، ويعتبر العنصر البشري "الممارسين الإعلاميين" مركز الدائرة والمنفذين لسياسات الخطاب الإعلامي، وواضعي لبنات التوجيه للرأي العام، و"يوفرون للمواطن المعلومات والآراء التي تُؤهلّه لإصدار أحكام صحيحة حول القضايا المختلفة" 2.

والإعلامي هو حلقة مهمة للغاية داخل السياق العام للخطاب الإعلامي، فهو الذي يتولى عملية التخطيط والتنفيذ وإدارة الخيوط الرئيسية للخطاب الإعلامي.

ثانياً: وسائط الاتصال الجماهيري:

تشكل وسائط الاتصال الجماهيري إحدى العمليات المركزية التي يحصل الأفراد من خلالها على فهم ذاتي للواقع الاجتماعي، لذلك فهي تلعب دوراً مهماً للغاية في بناء ذلك الواقع 3. وفي ذات الوقت فهي لا تعمل بمعزل عن معايير وأسس النظام الاجتماعي السائد، فهي تتأثر به وتؤثر فيه، وقد صنّفت العديد من الدراسات والأبحاث وسائط الاتصال الجماهيري ضمن مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

وتعتبر وسائط الاتصال الجماهيري من المتغيرات الثابتة فنظامها العام يُحدده الممارسين الإعلاميين والنظام الأيديولوجي، كما أن النظام اللغوي يوضح السمة العامة لتلك الوسائط. وعلى ذلك الأسس يعمل الممارسون الإعلاميون ومن وراءهم واضعو الاستراتيجيات العليا لإدارة واقع الدولة على الاستفادة من التأثيرات التي توفرها وسائط الاتصال على الرأي العام من أجل صياغة وبناء الواقع وفقاً للنظام الأيديولوجي.

¹ . عبد الله إبراهيم الطاهر، دور الإعلام الحكومي في تكوين الرأي العام، دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2002م.

² . سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، دار الجامعات للنشر، 1994م، ص 66.

³ . حسن عماد مكاوي ود. ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 16.

ثالثاً: النظام الأيديولوجي:

تؤدي مؤسسات الدولة الأيديولوجية أدواراً في إعادة إنتاج النظام والواقع الاجتماعي، وذلك عبر نشرها لمجموعة من القيم والمفاهيم والأفكار والرؤى ذات العلاقة بتلك الأيديولوجيا، في إطار خطابها الإعلامي وعبر وسائط الاتصال الجماهيري عن طريق مجموعة من الممارسين الإعلاميين ذوي العلاقة بتلك الأيديولوجيا.

ويقوم الخطاب الإعلامي للقوى المتحكمة في إدارة الدولة بالعديد من مهام الهيمنة، حيث تتبنى النخب الحاكمة من أجل الحفاظ على السيطرة الاجتماعية مجموعة من الأدوات منها: التآمر (Conspiracy)، التحجيم (Scaling)، الإبقاء على الوضع القائم (Maintain the status quo)، اللامبالاة (Indifference)، مستفيدة من تطورات وسائط الاتصال الجماهيري الحديثة وتقنياتها المتطورة، من أجل اكتساب المزيد من المشروعية السياسية.

رابعاً: النظام اللغوي:

النظام اللغوي المتفق عليه بين الممارسين الإعلاميين القائمين على إدارة الخطاب الإعلامي هو عبارة عن نسق قيمي يحمل مرتكزات الخطاب، ويرى بعض الباحثين أن اللغة هي الأداة الأساسية للخطاب، وهي كذلك تلعب دوراً مهماً في البناء الاجتماعي. لذا فإن اللغة في الخطاب الإعلامي ليست وظيفتها إيصال المعلومات فقط لتتحول بذلك إلى وعاء ليس له علاقة بمضامين الخطاب، فالباحث يرى أن اللغة في الخطاب الإعلامي هي نسق قيمي أرفع من أن يكون وسيطاً ناقلاً فقط فكل مفردة يتم استخدامها في معالجات الخطاب لها وضعيتها الخاصة في مكانها وزمانها.

والنظام اللغوي العام يجسد الأسلوب العام للكتابة، كما يمثل النمط الفكري للخطاب الإعلامي، لذلك فقد درجت العديد من المؤسسات الإعلامية الكبرى على أن يكون لديها كتاب للأسلوب (Stylebook) لضبط المفردات وطريقتها المستخدمة في خطابها الإعلامي، فالمؤسسة، مثلاً، التي تستخدم "الكيان الصهيوني" بدلاً عن "إسرائيل" فهي تحمل موقفاً محدداً في إطار الصراع العربي-الصهيوني.

المبحث الثاني

سياسات ومقومات الخطاب الإعلامي

المبحث الثاني

سياسات ومقومات الخطاب الإعلامي

Policies and Elements of the Media Discourse

يتحرك الخطاب الإعلامي وفقاً لمجموعة من السياسات التي تحكمه، إن كانت تلك السياسات تتعلق بالنظام الاجتماعي العام الذي توجد فيه وسائط الاتصال الجماهيري التي تخدم أسس ذلك الخطاب، أو السياسات التي تحكم القائم بالخطاب الإعلامي، والتوجيه المتعمد للسياسات الإعلامية، خاصةً مع التعريف الذي ارتضاه خبراء اليونسكو للسياسة الإعلامية بإعتبار أنها "مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تشتق (تُستنبط) من شروط الأيديولوجيا السياسية والقيم التي تركز إليها في بلد ما"¹، فشروط استنباطها من الأيديولوجيا قد يظهر التوجه المتعمد.

وتعريف آخر يقول إنها: "السعي السلمي المتواصل المقصود الرامي لتزليل العقيدة الأيديولوجية والفكرية والثقافية لتتلاءم مع وتقود وتعين عملية إدارة وتطوير الواقع الاجتماعي، من خلال عملية أخذ وعطاء دائب يتمثل في التعبير عن الذات في بيئتها والتلقي الراشد عن الآخرين"².

إذن ترتبط السياسات الإعلامية ارتباطاً وثيقاً بالنظام السياسي السائد الذي يحدد مضامينها وفقاً للمنظومة الفكرية والثقافية التي يتبناها النظام، ولكل نظام إعلامي سياسة إعلامية تلخص الواقع بكل مستوياته³.

يقول هيربرت شيلر (Herbart Schiller) عن السياسة الإعلامية إنها (تطور التأثير التوجيهي الذي تمارسه السلطة التنفيذية على أجهزة الإعلام - والذي صورته ببراعة جو ماك جيتير (Joe Mac Jeter) في كتابه "بيع الرئيس" Sale The Presedent، عام

¹ . حميد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام، دار الشروق للنشر والتوزيع، مطابع الأرز، عمان - الأردن، ط. أولى، 1998م، ص 73.

² . الطيب حاج عطية، في السياسة الإعلامية إطار نظري، (السياسات الإعلامية في السودان)، مركز الدراسات الاستراتيجية، سلسلة أوراق إستراتيجية (6)، دار جامعة القرآن للطباعة، ط. أولى، 1420هـ - 1999م، ص 73.

³ . عبد الله إبراهيم الطاهر، دور الإعلام الحكومي في تكوين الرأي العام، دراسة حالة لصحيفة الأنباء 1999م-2000م، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2002م، ص 108.

1968م - حتى أصبح فناً عالي المستوى، فالبينة الفكرية، على المستوى القومي خاصة، يجري تعليلها بصورة بالغة الفعالية¹.

لذلك فإنه على الرغم من زيادة حجم التدفق الإعلامي الذي تشهده الدول في الوقت الراهن، فإن أي تغيير لم يحدث في إطار حرية التعبير وطبيعة الرقابة المسبقة المفروضة على الرسالة الإعلامية ومحاولات الفصل بين دلالة حرية الإنسان ومعنى حرية التعبير²، إنعكاساً للأدوار التي تقوم بها الأنظمة السياسية والحكومات في تحديد السياسات الإعلامية التي دون شك تحدد المنتج النهائي للخطاب الإعلامي الصادر عن النظام المحدد إن كان نظاماً حكومياً أو شركات متعددة الجنسيات.

ويتضح ذلك أكثر في الولايات المتحدة الأمريكية فيما أوضحه هيربرت شيللر (Herbert Schiller) في كتابه (المتلاعبون بالعقول) (The Mind Managers) حينما قال: (وقد ذكرت صحيفة نيويورك تايمز "New york Times" التي أختصت حكومة نيكسون (Nixon) بالنصيب الأكبر من هجومها على بعض الأساليب المتبعة لخلق منظور إعلامي موجه، فتصف الصحيفة الطريقة التي تتبعها الرئاسة لإطلاع كبار المسؤولين الصحفيين على آخر التطورات بطريقة تؤدي إلى استبعاد مؤسسات واشنطن الصحفية الأقل تعاوناً، والزيارات الشخصية التي يقوم بها الرئيس لرؤساء تحرير الصحف الأكثر تقبلاً لسياسات الحكومة، والبيانات الصحفية التي توزع بموجب إتفاق إجمالي على المستوى القومي، على 1200 من كتاب الافتتاحيات ومديري أقسام الأخبار بمحطات الإذاعة والتلفزيون، وأهم من ذلك كله - وحتى بدأت في الاختفاء أخيراً - ظاهرة المؤتمرات الصحفية المخطط لها مسبقاً، والمذاعة تلفزيونياً على المستوى القومي، وتلاحظ الصحيفة أن نيكسون (Nixon) "يختار الصحفيين والمراسلين الذين سيوجهون إليه الأسئلة، فالسيد نيكسون، شأنه شأن كل الرؤساء، عنده أسئلة يريد أن يقدم إجابات تتكسر من خلال الصحافة، وفضلاً عن ذلك فإن بعض الصحفيين، يستعرضون مهاراتهم، وقد أدركوا أن الكاميرا مسلطة عليهم، بتوجيه أسئلة محرّجة"³).

¹ . هيربرت. أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة، الإصدار الثاني (342)، مطابع الوطن، الكويت، مارس 1999م، ص 229.

² . صباح ياسين، الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط. أولى، أبريل 2006م، ص 11.

³ . هيربرت شيللر، المرجع السابق، ص 229-230.

وإذا كانت السياسة الإعلامية تُعرّف وتُكشف من خلال القوانين والتشريعات المدونة عن طبيعة السلطة الحاكمة من حيث انتمائها الاجتماعي أو توجهاتها السياسية فإن نمط الملكية الإعلامية السائدة ومدى تدخل السلطة الحاكمة في توجيه الأداء الإعلامي وتحديد نوعية المضامين الإعلامية تمثل المعايير الحاسمة في تحديد الإطار النهائي للسياسة الإعلامية المؤثرة في الرأي العام¹، ولكن تظل السياسة الإعلامية "المفتوحة تخدم بطريقة أفضل - على المدى البعيد - مصالح الحكومة الكفاء والدولة المستقرة"².

وبشكل عام منعاً للالتباس الذي يمكن أن ينشأ من استخدام الباحث لمصطلحي "الخطاب الإعلامي" (Media discourse) و"السياسة الإعلامية" (Media policy) فيمكن القول إن السياسة الإعلامية هي الأفكار والمحددات العامة، أما الخطاب الإعلامي فهو تحويل تلك الأفكار والمحددات إلى نسق للممارسة ومنهج للتعبير عبر عدد من وسائط الإعلام.

وبالعموم تتناول السياسة الإعلامية ضمناً ما يلي³:

أ. النشاط الإعلامي (العملية الإعلامية).

ب. طبيعة الرسالة الإعلامية.

ج. صيغ التدخل المباشر أو غير المباشر في التأثير على السلوك.

د. النتائج المتوخاة من عملية التأثير.

هـ. علاقة الإعلام بالحقوق الاجتماعية الأخرى.

و. صيغ التوازن والتوافق بين الإعلام والأنشطة الرسمية وغير الرسمية.

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن هل الإعلام بكل مكوناته هو جهاز تنقية نزيه ونظام قيمى لتقديم الثقافة والفكر والواقع الحقيقي إلى المتلقي أم أن الثقافة والفكر والواقع الحقيقي مواد للاستهلاك الإعلامي من أجل أن يظل الإعلام نشاطاً تجارياً مثلما يحتاج الإنسان إلى الماء والطعام ليظل كائناً حياً؟.

إن تحول الإعلام لدى بعض الأنظمة إلى مصنع ينتج "وعياً" معلباً وجاهزاً لاستهلاك الجمهور جعل الإجابة الثانية هي الأقرب إلى الصحة بتقديم واقع معلب غير حقيقي خاصة مع التحولات

¹ عبد الله زلطة، الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط. أول، 2001م، ص 72.

² ألبرت. ل. هبستر - واي لان. ج. تو، دليل الصحافي المحترف في العالم الثالث، ت/ كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، ط. أول، 1992م، ص 227.

³ حميد جاعد الدليمي، المرجع السابق، ص 74.

الكبرى التي شهدتها الإعلام والتقنيات الحديثة (للسيطرة على المعلومات والصور والتي بلغت درجة عالية من التطور، إن فن التحكم أو السيطرة من خلال الاستمالة والإقناع لم يظهر إلى الوجود هكذا دفعة واحدة، فلقد مثل الجهد الذي كلل بالنجاح لإقناع الشعب الأمريكي عام 1945م بأن وجوده اليومي تتهدده المخاطر بسبب الاقتصاد الروسي الذي دمرته الحرب واستترف كلية، مثل خطوة هائلة نحو تبلور "توجيه العقول"¹، إضافة إلى الفهم الذي تم إصباغه على الإعلام منذ أن دامج بينه وبين الدعاية النظام هتلري في ألمانيا النازية، وإبتكار أنظمة التضليل الإعلامي Misinformation وتزييف الوعي عبر تخطيط الخطاب الإعلامي الذي يحمل مفاهيم سياسات إعلامية تسعى غيرها بعض الأنظمة للهيمنة على الرأي العام عبر وسائل الإعلام التي (تنقل لنا "عالم الواقع المفرط" فالواقع الحقيقي لم يعد موجوداً، بل استعاض عنه بما نشاهده على شاشة التلفزيون من مشاهد وصور وأحاديث وتعليقات وهي في الواقع معبرة عن اختلاط أنماط السلوك البشري من جهة والصور الإعلامية من جهة أخرى)².

إذن فقد شهد مفهوم "الخطاب الإعلامي" تحولاً كبيراً إرتبط إرتباطاً وثيقاً بأساليب تنحو إلى تطويع المفهوم ليكون أداة للهيمنة عبر التنظيم المفتعل والموجه الذي يسعى إلى نتائج بعينها تسهم في تقوية النظام السياسي، وأصبحت وظائف وسائل الإعلام تتركز في الإقناع المشوه أو المصنوع فقط حتى أصبح الخطاب الإعلامي الموجه هو الذي تحدد مفرداته ما يجب أن "تتعلمه" وما يجب أن يصلك من أخبار ومعلومات وحتى الترفيه لم يعد نقياً مما يُراد لك به.

وإنما بالعموم فإن المقومات العامة للخطاب الإعلامي يمكن تحديدها في عدد من النقاط هي:

أولاً: نقل الواقع الحقيقي بإعتبار المتلقي جزءاً أساسياً منه.

ثانياً: الربط بين حرية الإنسان وحرية التعبير.

ثالثاً: المرونة مع الواقع الاجتماعي.

رابعاً: توفير مفاهيم مقنعة لشروط قبول النظام.

خامساً: إلتقاء التضاد مع القيم العامة للنظام الاجتماعي.

سادساً: تنمية الوعي بحياد تام بعيداً عن تغليب أنماط محددة مسبقاً كأفكار للتجريب أو التخريب.

¹ . هيربرت شيلر، المرجع السابق، ص 14.

² . صباح ياسين، المرجع السابق، ص 11.

المبحث الثالث

وظائف الخطاب الإعلامي

المبحث الثالث

وظائف الخطاب الإعلامي

The Functions of the Media Discourse

بعد التطورات الكبيرة التي شهدتها وسائط الاتصال الجماهيري لم يعد هناك شك في إمكانيتها وقدرتها في التأثير على المجتمعات المختلفة بدرجات متفاوتة إذ أنها محكومة بالبيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية لذلك فهي تعتمد على ما يمكن أن توفره من طرق وأساليب للتأثير على الأفكار والاتجاهات والسلوك، فوسائط الاتصال الجماهيري داخل أي مجتمع تقوم بصياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء، لذلك فهي معتمدة كواحدة من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، إضافة إلى أنها "واحدة من أهم الوسائل المفاعلة في أي مجتمع لتغيير القيم والاتجاهات وتعزيز أي سلوك إيجابي وتكريسه، وتقميش أي سلوك سلب في نفس المجتمع، لذلك فإن العديد من الباحثين والدارسين يعتبرون أن "العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة فاعلة ومتداخلة على اعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والافهام وبالتالي فهي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية وطريقة حياة أي شعب أو مجموعة سكانية معينة"¹.

ووسائط الاتصال الجماهيري تسعى للوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق الأهداف المتوخاة من ذلك الإتصال، فهي لديها وظائف تقوم بها وأهداف تسعى لتحقيقها، وعلى الرغم من أن "الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام تمنع حصول إختلالات بالمجتمع وتقيه من الدخول في أزمات، فإن بعض الوظائف التي تمثل إختلالاً وظيفياً تخلق نوعاً من اللامبالاة والنفور السياسي لدى فئات عريضة من الجمهور"²، وتتركز مثل هذه الوظائف في الخطاب الإعلامي الموجه الذي يتعامل مع الرأي العام المستهدف عبر "سيكولوجية الحشود" لـ(سيبيو سيغب (Scipio Sighele) وغوستاف لو بون (Gustave Le Bon).

¹. فوزي هادي المنداوي، أثر الخطاب الإعلامي في القيم الاجتماعية، مقال، جريدة الصباح، العدد (١)، 17 يونيو 2006م.

². أرمان وميشال مانلار، تاريخ نظريات الإتصال، مرجع سابق، ص 53.

ويرى السوسيولوجي نوربير إلياس (Norbert Elias) أن "فكرة الوظيفة مبنية على حكم قيمي تُخفيه القراءات المقدّمة للفكرة واستخداماتها. فالحكم القيمي يظهر في الإيجاء، بطريقة غير إرادية، بأن الوظيفة تعني أنشطة جزء من النظام ونعتها بأنها "جيدة" بالنسبة للكل، لأنها تساهم في الحفاظ على النظام الاجتماعي الموجود.. والمؤكد، أن بعض اليقين الديني، ذي الصبغة الاجتماعية، يتداخل هنا مع التحليل العلمي"¹.

ومن كل ذلك يرى الباحث أنه بالإمكان تحديد مستويين للوظائف أولهما عام لوسائل الإعلام وفقاً لما أشار إليه العديد من الباحثين حسب اختلافات مرجعياتهم البحثية والفكرية، وثانيهما وظائف تتعلق بالخطاب الإعلامي على نطاق نمطيه العام والموجه للقائم على تبني مفهوم القصدية The Concept of Intention للتأثير على السلوك بمعالجة الأفكار والصور واستخدام اللغة والإشارات قيمياً، لتحويل أفكار ومعان محددة إلى سلوك، وهي وظائف ذات صبغة "إختلالية" تجدد النفور لدى المجتمع الموجهه إليه الرسالة الإعلامية.

"وللاتصال وظائف عديدة أختلف حولها علماء الاتصال، فمنهم من يرى أنها أربع ومنهم من يرى أنها خمس ومنهم من يرى أنها سبع ولكن الأرجح أنها أربع لأن مضمون ما تحمله وسائل الاتصال لا يخرج عن نطاق هذه الوظائف الأربعة:

1. الإعلام Information

2. التعليم Education

3. الاقناع والاغراء Persuasion

4. الترفيه Entertainment"2.

ويُشير لاسويل إلى أن عملية الاتصال تهدف إلى تحقيق ثلاث وظائف رئيسة هي أولاً: مراقبة البيئة Surveillance of the Environment، عبر الكشف عن كل ما يُمكن أن يُهدد أو يخل بنظام القيم لمجموعة ما، أو العناصر التي تُشكّلها، ثانياً: ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة Correlation of the Parts of Society in Responding to the

¹. المرجع السابق، ص 53.

². علي محمد غنم، مرجع سابق، ص 42.

Environment؛ ثالثاً: نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل Transmission of the Social Heritage from one Generation to the next¹.

وقد أضاف السوسيولوجيان، بول ف. لازرسفيلد (Paul F. Lazarsfeld 1901-1976) وروبرت ك. ميرتون (Robert K. Merton المولود في العام 1910) إلى هذه الوظائف الثلاث وظيفة رابعة، تتمثل في الترفيه، وقاما بإدماج عناصر أخرى في النموذج التأويلي، مسلطين الضوء في نفس الوقت على إمكانية حدوث إختلالات في هذا النموذج، وبرز وظائف ظاهرة وأخرى ضمنية².

وقدم ولير شرام (Wilbur Schramm) ثلاث وظائف عامة يرى أنها ضرورية للاتصال الجماهيري وخاصة في مجال التنمية الشاملة وهي: 1. وظيفة المراقب: وذلك لاستكشاف الآفاق، وإعداد التقارير عن الأخطار، والفرص التي تواجه المجتمع. 2. الوظيفة السياسية: وتتم من خلال المعلومات التي تتيح إتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، والقرارات القيادية، وإصدار التشريعات. 3. التنشئة: وذلك من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع³.

أما دنيس ماكويل (Denis McQuail) فقد حصر الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام بالمجتمع في تحقيق التماسك الاجتماعي، الترفيه، والتعبئة، فيما حددها ليزلي مولر (Leislle Moeller) في تسع وظائف وهي: وظيفة الإخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة، الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه وما يفعلونه، الترفيه وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغط والمشكلات، التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات للجماعية، التسويق وهدفه ترويج السلع والخدمات، قيادة التغيير الاجتماعي في المجتمع، خلق المثل العليا وذلك بتقديم النموذج الإيجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون، الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه، والتعليم⁴.

¹. Harold Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society", in Lyman Bryson (1948) (ed.) The Communication of Ideas. New york: The Institute for Religious and Social Studies, 216 - 217.

². أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الإتصال، مرجع سابق، ص 52 - 53.

³. د. حسن عماد مكاوي ود. ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 74.

⁴. المرجع السابق، ص 74 - 75.

ويُشير "صموئيل بيكر S.L. Becker إلى أن "الكثير مما وصفه لازويل ولازرسفيلد وميرتون، وغيرهم بشأن وظائف وسائل الإعلام المجتمعية، يمكن إعتباره عنواناً فرعياً من الفئة العامة وهي (خدمة النظام السياسي)¹، ويوضح أن "دور الإعلام الأساسي هو خدمة النظام السياسي التي تتجلى بتسهيل التماسك الاجتماعي (Facilitation of Social Cohesion)، وتفسير المجتمع لنفسه (Interpreting the Society to itself)، وخدمة النظام الاقتصادي (Servicing the Economic System)، ودمج السكان الجدد في المجتمع (Integration of New Residents in to a Community)²."

ومع ثورة التكنولوجيا الحديثة وتطوراتها بمختلف الأجهزة الرقمية الجديدة بدأت سمات جديدة تُميز وسائل الإعلام لا شك أن لها تأثير على الدور الوظيفي للإعلام، وحدد الدكتور محمد خليل الرفاعي هذه السمات في³:

1. التفاعلية (Interactivity) حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، ويطلق على المرسلين لفظ المشاركين بدلاً من المصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية.
2. التفتيت (Demassification) (النظر إلى الجمهور ليس بوصفه كتلة) وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.
3. اللاتزامنية (Asynchronization) وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في وقت معين.
4. الحركة والمرونة (Mobility) حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان مثل الحاسبات الشخصية وآلات التصوير المحمولة والهواتف النقالة.

¹ نفس المرجع، ص 76.

² محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية - دراسة تحليلية، مقال، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول والثاني 2011، ص 710.

³ المرجع السابق، ص 711 - 714.

5. قابلية التحويل (Convertibility) حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس.
6. قابلية التوصيل (Connectivity) وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.
7. الانتشار (الحضور الكلي) (Ubiquity) ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول وعلى نطاق واسع.
8. الكونية (Globalization) حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
9. السرعة في إنجاز الاتصال (Communication Speed)، فتم الانتقال من مراحل متعددة إلى أسلوب المرحلة الواحدة.
10. التنظيم (Organization) حيث أصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية أكثر سهولة في تنظيمها.
11. التكثيف (Condensation) حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين بجرعات متعددة الأوجه ومفتوحة الاحتمالات.
12. الشمول والاشتراك (Inclusion and Subscription): استطاع الإعلام والاتصال أن يقدم أشياء كثيرة من وجهات نظر متباينة يشترك فيها من يرغب بذلك.
13. الفردية (Individualism) في مقابل الجماعية، حيث أخذنا نتعاطى مع وسائل الإعلام والاتصال بصورة فردية (الحاسوب، الهاتف، المذياع...) مع أنها كانت في الأساس وسائل استخدام جماعية.
14. عمومية المعرفة (General knowledge): اختزل الإعلام والاتصال الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى، وأدت الوسائل الحديثة للاتصال إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحد الذي نستطيع معه في المستقبل البعيد أن نتوقع أنه لن يوجد فرد أو جماعة سوف يكون في مقدورها الهرب من تلك التأثيرات.

15. هيمنة طابع الإثارة (Hegemony of Excitement): لجذب أكبر قاعدة عريضة من الجماهير، فالإثارة مدخل خصب من المداخل التي تضمن استمرار المنتج الإعلامي.

16. سيادة المادة الإعلانية (Advertising Sovereignty): الإعلان هو البوابة الذهبية لتراكم المزيد من رأس المال ومضاعفة الأرباح، وزيادة القدرة الشرائية للمستهلك.

17. صناعة الرأي العام (Public Opinion Industry): تجري صناعة الرأي العام وفق مقاسات الهدف الأساسي المحدد من قبل الطبقة السياسية والاقتصادية والاجتماعية المهيمنة، كما تتم وفق مقاسات الجمهور الذي لم يعد يشكل كتلة كبيرة متماسكة.

18. انتصار الصورة (Image Victory): تحول الوسائل العارضة للصور من وضع المنافس للوسائل المطبوعة إلى وضع المنتصر، فأصبحت تحجز الجزء الأكبر من أوقات الناس منشدين باستلاب للمشاهدة، هذا الوضع أعاد صياغة اقتصاديات الزمن اليومي الذي يمنح مؤشراً على سيادة الصورة على ما هو مكتوب، فهي تشبع الخيال بأقل جهد فكري ممكن بذله على حساب الفهم والتحليل والنقد.

19. الاستهلاك (Consumption): تنامي القيمة النقدية للمنتجات والسلع المتداولة وتسويق كل منتج انطلاقاً من قاعدة ضرورة تراكم رأس المال، أدت إلى تحول ضروري في الرأسمالية فكرياً وممارسة من طور التبادل التجاري إلى طور ترسيخ السلوك الاستهلاكي.

ويرى الباحث أنه في الإمكان تحديد الوظائف العامة التي تقوم بها وسائط الإتصال الجماهيري وفقاً لتحركها في البيئة الاجتماعية للجماهير كما يلي¹:

(1) المساهمة في المحافظة على استمرار النظام الاجتماعي وضبطه وتكامله ووحدته².

(2) خدمة أهداف التنمية الشاملة.

(3) المحافظة على الذاتية الثقافية والشخصية القومية.

¹. عبد الله إبراهيم الطاهر، دور الإعلام الحكومي في تكوين الرأي العام، مرجع سابق، ص 52-53.

². ديبس ماكويل، مرجع سابق، ص 92.

(4) نقل أو استقاء أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة - مصادر ومتلقين على التخصيص أو التعميم - على نحو يُقصد به ويترتب عليه تغيير في المواقف أو السلوك¹.
(5) تقديم خدمة مركبة تتراوح بين التعليم والترفيه في إطار مفاهيمي لا يخرج عن أسس تكافؤ المجتمع.

هذا بالإضافة إلى أن السلطة السياسية تعمل على توظيف وسائل الإعلام في التحكم في إدارة الصراع على كل مستوياته المحلية والاقليمية والدولية، من أجل خلق رأي عام يوافق القرارات السياسية التي تتخذها السلطة ذلك أن "صناعة الرأي تقوم على تكتيكات معقدة يحاول بواسطتها المشتغلون بتطويع العقول أن يجدوا من المداخل النفسية وغير النفسية ما يُعين على تحقيق تغيير فعلي في مواقف الناس"².

وضمنياً تشكل الوظائف العامة لوسائل الاتصال الجماهيري المنطلقات الرئيسية التي يتحرك في نطاقها الخطاب الإعلامي على أساس أنه النسق النهائي المنتج لسياسات النظام الإعلامي والذي يسعى للتأثير في الجمهور المستهدف إعتماً على وظيفة الإقناع والإغراء حتى ولو كان إقناعاً عبر أساليب التضليل Misinformation.

ومن أجل تكوين رأي عام في قضايا محددة فإن صياغة منظومة متكاملة للخطاب الإعلامي تعتمد اعتماداً كبيراً على مدى التأثيرات التي تتركها وسائل الاتصال على المتلقين، وإن كان تأثير وسائل الاتصال الجماهيري رهين بالعديد من المتغيرات، وقد تناولته العديد من الدراسات متفاوتة في رؤيتها لهذا التأثير، ما بين الرفع من شأنه أو التقليل منه، والتغيرات التي يرقن لها تأثير وسائل الاتصال الجماهيري معنية أكثر بالعمليات الانتقائية التي تُحدد مسار نظرة المتلقي.

"وفي ذات الوقت الذي تؤثر فيه وسائل الإعلام على النظام الاجتماعي فإنها تتأثر به خلال عملها الوظيفي، فهذا النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، وتنعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الاجتماعية السائدة. ففي بعض الأحوال لا يقدم

¹. إسماعيل علي سعد، الإتصال والرأي العام - مبحث في القوة والأيدولوجيا، دار المعرفة الجامعية، بدون تاريخ، ص 5.

². المرجع السابق نفسه، ص 99.

الإعلامي تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله أو ما يعني بالسبق الصحفي، وذلك احساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية أو رغبة منه في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، أحياناً تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون ببعض الأدوار الاجتماعية والثقافية من أجل تدعيم البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع وعدم خلخلة منظومته القيمية أو الأخلاقية¹.

وإن كان بعض الباحثين يرون أن "الفورة في بناء مؤسسات الإعلام وزيادة التأثير والتأثير في الحياة الاجتماعية كان على حساب الدور البناء في تعزيز المبادئ والقيم الاجتماعية التي يفترض أن تكون الرسالة المقدسة لها"².

== الوظائف العامة للخطاب الإعلامي

يمكن تحديد نمط الوظائف العامة للخطاب الإعلامي في:

أولاً: وحدة العناصر الداعمة لقيم المجتمع.

ثانياً: التركيز على الأولويات.

ثالثاً: التدرج والمرحلة في المعالجات الإعلامية.

رابعاً: إشباع دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام عبر إمداده بالمعلومات والبيانات.

خامساً: الواقعية والمنطقية للخطاب.

سادساً: تبني المسؤولية الاجتماعية.

سابعاً: مناقشة قضايا المجتمع بوضوح وشفافية.

ثامناً: تكوين الصورة الذهنية الإيجابية.

تاسعاً: إدارة الأزمات بصورة جيدة.

عاشراً: التوازن بين حفظ النظام العام للمجتمع وتنمية الوعي.

== الاتجاهات السالبة للخطاب الإعلامي الموجه

ويرى الباحث أن الوظائف السالبة التي يقوم بها الخطاب الإعلامي الموجه تعتمد اعتماداً كبيراً على يحمل السياسات والأنماط الفكرية التي تحكم طبيعة الأهداف التي يسعى إليها القائم بالخطاب ويمكننا تحديد عدد من تلك الوظائف فيما يلي:

¹. فوزي هادي الهنداوي، مقال، مرجع سابق.

². صباح ياسين، مرجع سابق، ص 12.

أولاً: المساهمة بقدر الإمكان في خلخلة النظام الاجتماعي (Disrupting social order).

ثانياً: الاستقطاب (Polarization): حيث يسعى الخطاب الإعلامي الموجه عبر عملية الاستقطاب إلى حشد أكبر عدد ممكن من جمهور الرأي العام عبر اقناعهم بنمط تفكير معين في زمن محدد وأن هذا النمط هو تعبير حقيقي لاحتياجاتهم التي يسعون لتحقيقها في الحياة وهي الأقرب إلى مصلحتهم.

ثالثاً: محاولة ضرب أهداف التنمية الشاملة (Comprehensive Development Goals).

رابعاً: التمييز (Discrimination): داخل مكونات الخطاب الإعلامي تظهر المواد والصور التي تعمل على التمييز بين الأنصار والخصوم، الأصدقاء والأعداء، إن لم تكن معي فأنت ضدي، ولعل أقرب مثال في ذلك ما قاله الرئيس الأمريكي جورج بوش عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر، حيث أبلغ الكونغرس في 20 سبتمبر 2001م قوله المشهورة "إما أن تكونوا معنا وإما أن تكونوا مع الإرهابيين"، مفرزاً فصلاً جديداً في العلاقات الدولية يقوم على التمييز، وقد ظهر مصطلح "العدو المحارب" في أروقة معتقل غوانتانامو ليعبر تعبيراً مباشراً عن عمق سياسات التمييز لدى الولايات المتحدة الأمريكية في إطار ما عُرف بـ "الحرب على الإرهاب"، وقد تأثر الإعلام الأمريكي بهذا النمط من التمييز في إطار مخاطبة الآخر وعلى وجه الخصوص العالم الإسلامي.

خامساً: إذكاء نار الصراعات الإثنية والتمايز الثقافي والتأثير على أطر الشخصية القومية (Fire-raising ethnic conflicts and cultural differentiation and influence on the national frameworks personal).

سادساً: تزييف الوعي وتقديم المعلومات غير الحقيقية من أجل التأثير في السلوك إزاء بعض القضايا لخدمة أهداف خاصة (Counterfeiting awareness and providing real information is to influence the behavior of some issues to serve the goals of a private).

سابعاً: الانتقاء (Selection): يعمل الخطاب الإعلامي الموجه وفقاً لرؤية متحيزة مع ما يبرز الفضائل والمزايا وضد ما يبرز النقائص والهناات، حيث يركز على الوقائع الإيجابية التي هي في صالحه ويتعمى عن الوقائع السلبية التي يكذبها. فهو يقوم بعملية إخفاء وإظهار، إخفاء لما يكذبه وإظهار لما يؤيده.

الفصل الثالث

حرية الإعلام والهيمنة والتضليل في ظل العولمة

المبحث الأول

الحرية والمسؤولية في الإعلام

المبحث الثاني

الهيمنة والتبعية

المبحث الثالث

التضليل وحرب المعلومات

الفصل الثالث

حرية الإعلام والهيمنة في ظل العولمة

Media Freedom and Dominance in the Light of Globalization

مدخل (Preface):

شكّلت التطورات والتغيرات التي شهدتها وسائط الإتصال الحديث، خاصة فيما يتعلق بالتقنية الرقمية التي سهلت عمليات تبادل المعلومات، وسمة التدفق الحر للمعلومات Free Flow Of Information التي ألغت حدود المعايير والتقاليد الثقافية للدول، نقطة تحول مهمة للغاية في قراءة الأوضاع الدولية وإعادة تأسيس للمنظومة الإعلامية بعد نشوء ما يسمى النظام العالمي الجديد الذي ترتب على أنقاض الإنفجار الكبير للفكر الاشتراكي في الإتحاد السوفيتي السابق في 26 ديسمبر 1991م، وبروز قوة أحادية الجانب تركزت في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي أسهمت في قيادة نظام إعلامي قائم على التضليل Disinformation والتلاعب Manipulation والهيمنة والقمع الخفي Violence Cachee، وقد تركز ذلك وتعمق بشكل أكبر خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م حيث طرأت تغيرات ظاهرة على منهجية الخطاب الإعلامي الأمريكي الخارجي نحو غالبية الدول خاصة الدول الإسلامية.

وكان لتلك التطورات والتغيرات التي شهدتها تقنيات المعلومات الجديدة الأثر الواضح على مجريات الصراع الدولي وتوازن القوى العالمي.

لكل ذلك برزت العديد من التساؤلات حول حدود حرية الإعلام وعلاقتها بالمسؤولية الأخلاقية وحدود التتابع بين الهيمنة والتبعية بين عوالم لا تستوي في منطق نظرتها للآخر، خاصة في ظل واقع دولي يقوم على التضليل وحرب المعلومات وتأسيس وفقه سياسات وقرارات يسبقها منطق القوة والتدخل العسكري في صورة استعمار جديد يتم تبريره تحت مسميات "الحرب على الإرهاب"، والتحول الديمقراطي والإصلاح السياسي، كما حدث ويحدث في العراق وأفغانستان.

وكل ذلك يحدث تحت سلطة الإعلام عبر قوالب مفاهيمية قصدية قمعية متعالية.

يحاول الباحث في هذا الفصل قراءة المنظومات المتعلقة بالحرريات الإعلامية التي تحددت منذ فترات تاريخية سابقة تحت سلطة إعلام خلاق ومسؤول ومدى الإنهيار الذي شهدته تلك المفاهيم في ظل النظام العالمي الجديد وإلى أي مدى يمكن إعادة تأسيس منظومة إعلامية جديدة للعالم الإسلامي والعربي تسهم في تغيير الصورة النمطية للإسلام والمسلمين في الذهنية الغربية بعمومها والذهنية الأمريكية على وجه الخصوص.

ويقسم الباحث هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أولها يناقش "الحرية والمسؤولية في الإعلام" على أساس المفهوم العام القائم على أن الحرية قرينة المسؤولية، وتحديد مؤشرات المفهومين، بالإضافة إلى النظريات الإعلامية التي نشأت من هذه المفاهيم.

ومن ثم يأتي المبحث الثاني الذي يناقش الهيمنة والتبعية على أساس أن العالم الغربي بعمومه والولايات المتحدة على وجه الخصوص تسعى عبر خطابها الإعلامي للهيمنة على بقية العالم بالعموم والعالم الإسلامي والعربي على وجه الخصوص، ولكننا في ذات الوقت نجد أن هناك دولاً تقوم مفاهيمها على تبعية الغرب ومحاكاته في كل شيء.

وأخيراً يناقش هذا الفصل في مبحثه الثالث "التضليل وحرب المعلومات" على مستوى آخر مستجدات الراهن وتطورات الهيمنة الإعلامية إلى حرب حقيقية، حيث لا يبقى القول النهائي للقوة العسكرية فقط بل كذلك لقوة الميديولوجيا التي أضحت هي التي تُحدد مفهوم الانتصار والهزيمة في الحروب الحديثة.

المبحث الأول

الحرية والمسؤولية في الإعلام

المبحث الأول

الحرية والمسؤولية في الإعلام

Freedom and Responsibility in the Media

يربط العديد من الباحثين والأكاديميين الأمريكيين بين تقنية المعلومات الحديثة (Information Technology) والديمقراطية (Democracy) والحرية (Freedom) بمفهومها الواسع، على أساس أن تقنية المعلومات هي المحرك الرئيس لكثير من التطورات من السياسة الدولية (International Politics) إلى القوة العسكرية (Military force) وصولاً إلى الحرية، ورهنوا كل التطورات التي يمكن أن تحدثها التقنية المعلوماتية لدى الآخرين بإحداث المزيد من الليبرالية السياسية والاقتصادية (Free Political and Economic)، على أساس أنها متوفرة لديهم، لذلك كل من لا يمتلكها فهو ليس كفواً أو نداً للولايات المتحدة.

فالحرية والقوة في عصر المعلومات تقوم على¹:

أولاً: اعتماد التنافسية في تقنية المعلومات على الحرية الاقتصادية والسياسية وعلى الاندماج في المركز.

ثانياً: اعتماد القوة العسكرية وأشكال القوة القومية الأخرى على التنافسية الواسعة في ابتكار واستعمال تقنية المعلومات.

ثالثاً: يخلق الاندماج في المركز مخاطر مشتركة تحجب سياسة النفوذ أو تحد منها على الأقل.

وتأتي منهجية الولايات المتحدة في سبيل تدعيم رؤيتها الرابطة بين الإصلاحات السياسية والتحويلات الديمقراطية لدى الدول الأخرى بسبب "النظرية الواحدة التي سيطرت على التفكير العالمي الخاص بالاتصالات والعلاقات الثقافية لمدة ربع قرن من الزمان، وتتمثل هذه النظرية في الفكرة القائلة إنه لا ينبغي أن تحول أي حواجز دون تداول المعلومات بين الأمم. وتتوافق تقريباً نشأة مفهوم حرية تدفق المعلومات واتساع نطاقه مع الفترة الوجيزة

¹. ديفيد جومبرت، الحرية والقوة في عصر المعلومات، دراسات عالمية - الدور المتغير للمعلومات في الحرب، تحرير زلمي خليل زاد وجون وايت، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، العدد 53، طبعة أولى، 2004م، ص 19.

أي المحمومة للهيمنة العالمية للولايات المتحدة ... وحالما نلقي نظرة إلى الوراء، فإنه يتضح الآن أنه لم يكن من قبيل المصادفة حدوث التزامن التاريخي بين هاتين الظاهرتين - سياسة التدفق الحر للمعلومات والصعود الضخم للولايات المتحدة - ولقد كان العنصر الأول أحد المتطلبات الأساسية القليلة للغاية التي استلزمها العنصر الثاني¹.

إن "مقاربات مشكلات الاتصال المرتبطة باستراتيجية التنمية والتحديث في العالم الثالث لا يمكن أن تُفهم بدون خلفية الإنقسام الثنائي (بين معسكرين وأيديولوجيتين) الذي فرضه متطلب "الأمن الوطني"، وذلك ما يُفسر سر إرتباط التحليل الوظيفي بمذهب كتابة الدولة الأمريكية الخاص بالتدفق الحر للمعلومات (Free Flow Of Information)، ووجهت فكرة التدفق الحر للمعلومات عند عرضها في اليونسكو في ستينيات القرن العشرين بموقف قوي معارض من دول العالم الثالث التي أصرّت على أن يكون التدفق الحر للمعلومات فقط (Free and Balanced Flow Of Information) الأمر الذي تسبب في المشكلة المعروفة التي واجهت النظام العالمي الإعلامي الجديد، والتدفق الحر للمعلومات مستلهم من المبدأ الراسخ الخاص بالتبادل الحر للسلع، الذي يُشبهه، بوضوح، حرية التعبير التجاري التي يُمارسها كل من الخواص والسوق بحرية التعبير بشكلها المُختصر"².

وما كان لنظرية حرية تداول المعلومات أن تنجح أو تسيطر على التفكير العالمي لولا القيم الاجتماعية الأساسية التي تأثرت بها وسائل الإعلام وطبيعة التفكير فيها، حيث يحددها دنيس ماكسويل³ Dennis maxwell في الحرية (Freedom)، المساواة (Equality)، والتجمع أو الجماعة (Togetherness)، فوسائل الإعلام الناجحة تعتمد اعتماداً كبيراً على قدرتها في التأثير على الأفكار والاتجاهات والسلوك، لأن البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية تحكم تلك الوسائل⁴.

وما يهمننا من القيم الاجتماعية الأساسية التي تأثرت بها وسائل الإعلام وطبيعة التفكير فيها لدى دنيس ماكسويل Dennis Maxwell القيمة الأولى وهي الحرية، فقد "كان لها

¹ هيربرت شيلر، الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة د.وجه سمعان عبدالمسيح، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1993م، ص 37.

² أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ت/ د.نصر الدين لعباضي ود.الصادق رابح، ط.ثالثة، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ص 129.

³ دنيس ماكسويل، نظريات الإعلام، ترجمة عثمان محمد العربي، مطابع دار طبية، الرياض، ط.أولى 1992، ص 10.

⁴ د.حسن عماد مكاي، دكتوراة ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة السادسة، فبراير 2006م، ص 53.

دور كبير في إضفاء الشرعية على التوسع والتنوع في كافة أنواع النشاط الإعلامي. كما أنها كانت الأساس الذي بنيت عليه المعارضة لاستخدام وسائل الإعلام لأغراض سلطوية أو تضليلية. وكانت الأساس أيضاً لمعارضة تدخل الدولة في الإعلام، وتعني كلمة الحرية هنا بشكل خاص الأمور التالية:

1. تسهيل إمكانية الاستفادة من مختلف قنوات الإعلام.
2. مقاومة الاحتكار لوسائل الإعلام.
3. الوقوف أمام الرقابة الإعلامية.
4. فتح مجال حرية التعبير عن الرأي إلى أقصاه، بالشكل الذي لا يضر بحقوق الآخرين في المجتمع، ولا يهدد أمن الدولة تهديداً جوهرياً¹.

ومع كل ذلك فإن الحرية التي أتاحها ثورة المعلومات، يُحذر البعض من أنها تمثل مشكلات أمنية جديدة، بغض النظر عن القوة العسكرية التقليدية، وقد ثبت أنها أشد على المجتمعات المفتوحة منها على المجتمعات المغلقة. ولأن الولايات المتحدة الأمريكية وشركاءها الديمقراطيين يعتمدون في اقتصادهم على الترابطية والحاسوب أكثر من الدول الأخرى، فقد يصبحون أكثر عُرضه لحرب المعلومات (Information Warfare)، مما قد ينهي ملاذهم الآمن الذي يستمتعون به الآن والذي يحميهم من الهجمات المعادية. ويزيد التكامل في الاقتصاد العالمي، بما له من شبكات متداخلة، من هذا الخطر².

ومع أن ديفيد جومبرت David Gompert يقلل من أهمية تلك المشكلات نافعاً كونها نقطة ضعف بالنسبة للولايات المتحدة، واصفاً الذين يقولونها بـ "المتشائمين"، وأن "تنامي القوة النسبية للمجتمعات المفتوحة لن ينقلب إلى ضده بسهولة"، فهو يعتبر أن "التوافق بين الحرية والمعرفة والقوة ليس ضماناً لإحلال السلام في العالم"³.

ولا يقف حجم التأثيرات التي تركتها الحرية في طريق المعلومات فائق السرعة The Information Superhighway على مستوى المشكلات الأمنية أو ضمانات إحلال السلام في العالم أو التعدي على حريات الدول الأخرى، بل ذهب أبعد من ذلك، حيث

¹. دنيس ماكويل، مرجع سابق، ص 10.

². ديفيد جومبرت، مرجع سابق، ص 33-34.

³. ديفيد جومبرت، المرجع السابق، ص 33-37-39.

يقول الأمريكي فرنك كليش Frank Koelsch "ستحددنا الإنفوميديا Infomedia كي نعيد النظر في قيمنا الأخلاقية، على كلا المستويين الشخصي والقومي. فما دام في الإمكان مراقبة وتنظيم كل حركة إلكترونية نقوم بها، فكيف يمكن الحفاظ على الخصوصية الشخصية؟ وما دامت الألعاب ستحتفل بعنف يتزايد دوماً، وأصبحت أفلام الإثارة الجنسية Interotica في متناول الجميع، فكيف سيستعيد المجتمع اتجاهاته الأخلاقية؟ وكيف ستمتاز حرية التعبير مع قيم الأسرة في المجتمع الجديد؟ مما لا شك فيه أن تلك الثورة ستحمل إلينا منافع هائلة على المستوى الشخصي، إلا أنها ستطرح أمامنا تحديات من نوع جديد تماماً كي نتعامل مع نطاق جديد من القضايا الاجتماعية والأخلاقية"¹.

ومع ذلك ظل الحفاظ على الحرية المطلقة للمعلومات لا يفتح الطريق أمام الرقابة إلا في حالات الحرب التي "طغت عليها الحاجة المتصورة للمؤسسة العسكرية للتلاعب بالإعلام وتقييده لحشد الدعم على المستويين القومي والدولي"²، لذلك برزت التساؤلات المتعلقة بإمكانية "تحمل الحكومات العقوبة السياسية التي تترتب على فرض الرقابة أو حجب المعلومات عن جمهور العصر الإلكتروني الذي أصبح ينتظر أن تتم مراجعة وتناول كل جانب من كل موضوع بوساطة التلفزيون مباشرة؟، وبصورة معاكسة، هل يكون هذا الجمهور الأفضل تعليماً واطلاعاً على استعداد للتخلي عن هذا الحق"³.

لقد ظهرت نظريتا الحرية Freedom، ومن بعدها نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility، في بريطانيا وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، لظروف تاريخية تتعلق بأفكار النظرية السلطوية ومعارضة الفكر الاستبدادي "الذي كان قد وضع جميع أشكال الاتصال تحت سيطرة النخبة الحاكمة أو السلطات، التي بررت سيطرتها على ذلك النحو كوسيلة لحماية والحفاظ على النظام الاجتماعي إلهياً"⁴.

1. فرانك كليش، ثورة الإنفوميديا-الوسائط المعلوماتية وكيف تُغيّر عالمنا وحياتنا؟، ترجمة حسام الدين زكريا، عالم المعرفة 253، الكويت، 2000م، ص

17-18

2. بيتر بونج وبيتر جيسر، الإعلام والمؤسسة العسكرية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث العسكرية، دراسات مترجمة 16، أبوظبي، الطبعة الأولى، 2003م، ص

8.

3. المرجع نفسه، ص 9.

11: Theories of Communication, Copyright Virtual University of Pakistan, p. 16.

وأثناء الحرب الأهلية في إنجلترا كتب جون ميلتون John Milton مقالته الشهيرة في كراسه معنونة بـ Areopagitica. وقد إنتقد ميلتون Milton فيها نظام الرقابة الذي تفرضه الحكومة وسخر من تلك الفكرة حينما كتب يقول "فيما يمكن للمدنيين والجانحين أن يسافروا إلى خارج البلاد من دون وصي، فإن الكتب غير المسيئة لو أرادت أن تمشي خطوات فإنها لا يمكنها ذلك من دون سجان مرئي فوق عناوينها"¹.

وكانت أكثر النقاط أهمية أشار إليها ميلتون Milton هي قوله "إن الفرد قادر على التعامل المنطقي وتمييز الخطأ من الصواب والسيء من الجيد. ولكي يكون من الممكن ممارسة هذا الحق المنطقي ينبغي أن تكون للمرء الحرية الكاملة للإطلاع على الآراء في "مواجهة حرة ومفتوحة"².

وكانت وراء أفكار جون ميلتون John Milton وجون لوك John Locke الملهم الرئيس للبرالية الغربية الثورة الإنجليزية في عام 1688م والتي نتج عنها سيادة البرلمان على التاج، مع منح الحقوق الأساسية في الدولة الطبيعية (الحقوق الطبيعية) للصالح العام، فقد وضع الفرد بعضاً من حقوقه في عهدة الحكومة. ودخل الناس عقداً اجتماعياً مع صاحبة السيادة (أو بمعنى آخر الحكومة) تضمن بنوداً لحماية هذه الحقوق الفردية نيابةً عن الناس حسبما كتبه جون لوك في كتابه "إتفاقيتنا الحكومة"، والذي أكد ذلك في قوله "يجب علينا أن نراعي الحال التي عليها الناس بالفعل وهي الحرية المطلقة في تسيير دفة أعمالهم؟، والتصرف في ممتلكاتهم وأشخاصهم حسب ما يرونه موافقاً لهم - في نطاق قانون الطبيعة - دون مطالبتهم بالتخلي عن شيء، أو الاعتماد على إرادة أي شخص آخر"³.

ورغم أن المقالة تلك لم يكن لها تأثير كبير حينها في وقف ممارسة منح التراخيص الحكومية للمنشورات، إلا أنها ستُعد فيما بعد من الأعمدة الرئيسة لحرية الصحافة.

وقد نشأ عن كتابات ميلتون Milton مفهوم "سوق الفكر الحر": حينما يتجادل الناس مع بعض فإن الحجج الجيدة هي التي تسود. من أنواع التعبير الذي كان مقيداً في إنكلترا ذلك الذي يحظره قانون التشهير التحريضي والذي جعل من مسألة إنتقاد الحكومة جريمة

1. John Milton, Areopagiticia, A speech for the liberty of unlicensed printing in the Parliament of England, 1644, Published by MesaView Inc. Nashua, NH, p 14.

2. Ibid, p 21.

3. جون لوك، الحكومة المدنية، ترجمة محمود شوقي الكيال، مطابع شركة الإعلانات الشرقية، مصر، ص 13.

يخاسب عليها القانون. وكان الملك فوق كل الإنتقادات وكانت التصريحات التي تنتقد الحكومة محظورة بقانون محكمة Star Chamber (وهي محكمة قانونية في القصر الملكي في ويستمنستر بدأت أولى جلساتها عام 1487 وإنتهت أعمالها في 1641م حينما ألغيت المحكمة). لم تكن الحقيقة المجردة دفاعاً قوياً أمام قانون التشهير التحريضي، لأن هدف القانون كان منع ومعاقبة كل إنتقاد يوجه إلى الحكومة¹.

وفيما بعد شكّلت المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي International Covenant الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، إضافة إلى مواد أخرى في الاتفاقيات الدولية International Conventions الخاصة بحقوق الإنسان، والمؤتمرات التي تتناول حرية الصحافة والتعبير، بمثابة أساس لحرية الصحافة والصحافيين التي ينشدها العاملون في الصحافة. لكن الرقابة على الصحافة، المكتوبة والمسموعة والمرئية، تتخذ أشكالاً لا يضبطها القانون في أحيان كثيرة، ويجري في بعض الأحيان اختيار القانون الأكثر تشدداً ليطبق على الصحف التي يعتقد الرقيب أنها ارتكبت جريمة من جرائم النشر. "إن فكرة استقلال وسائل الإعلام - فكرة أن لوسائل الإعلام الحق في أن تمارس عملها بكل حرية وشرعية في المجتمع ضمن نطاق مهامها المهنية - لاتزال قوية في أذهان الكثيرين، وخاصةً الإعلاميين أنفسهم، وهذه الفكرة هي جزء لا يتجزأ مما نعرفه من التعريف العام لوسائل الإعلام، وهي أيضاً جزء مهم من بعض النظريات المعيارية المعروفة عن الوسائل الإعلامية، وهي أيضاً واضحة ومتجلية في كثير من دراسات مهن ومنظمات الإعلام، وهي أيضاً جزء مهم جداً من أيديولوجية معظم الصحافيين والعاملين المبدعين في وسائل الإعلام. ولهذا فإن للاستقلالية (أو توقع الاستقلالية من قبل الإعلاميين) آثار وعواقب مهمة على العملية الإعلامية، وقد أوضحت لنا النظريات والدراسات الإعلامية هذه الآثار، وهي:

1. يبدو أن وسائل الإعلام تسعى لتوسيع نطاق استقلالها وحمايته من مصادر القوة الاقتصادية والسياسية الرئيسية في المجتمع، وذلك بتطوير موقف موضوعي ومفتوح

1. الدكتور محمد جاسم فلهي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ص 48-49.

ومتوازن وحيادي تجاهها، الأمر الذي يوفر لوسائل الإعلام مساحة كافية للتصرف بعيداً عن صراعات القوة والانغماس فيها.

2. تؤدي جهود التحكم في العمل الإعلامي وتنظيمه داخل المنظمة الإعلامية إلى نشوء نوع من توحيد المنهج والحد من الإبداع في طبيعة العمل الإعلامي.

3. تؤدي محاولات المنظمة الإعلامية لتكييف احتياجات الجماهير وتحجيمها إلى إحداث مدى معين من العزلة عن الجماهير، وعادة تكون هذه العزلة مصحوبة بتبريرات تكرر صوراً نمطية سيئة عن احتياجات الجماهير وقدرتها الذهنية والثقافية¹.

وقد ظهر في دراسات علم الإتصال مصطلح "عزلة وسائل الإعلام" بعد التأثيرات القوية للسلطة المتوفرة لدى الحكومات أو لدى الشركات والمؤسسات المالكة لوسائل الإعلام، ويشير دنيس ماكويل Dennis Maxwell إلى أن النظرية الإعلامية قد اهتمت كثيراً بموضوع عزلة وسائل الإعلام الحالية في مجتمعاتها التي تعمل بها. وفي بعض الأحيان تركز النظرية الإعلامية على فكرة صعوبة ابتعاد وسائل الإعلام عن ضغط ومطالب مراكز القوى في المجتمع ابتعاداً حقيقياً - كما قد يكون الحال بالنسبة لطلب احتياجات الجماهير - فالنظرة المثالية إلى وسائل الإعلام تقتضي ابتعاد الأنظمة الإعلامية ومؤسساتها عن الدولة والعملاء - أهم العملاء هم المعلنون - ومصادر الأخبار وملاك المنظمة ذاتها، غير أن ظروف الواقع تتيح مجالاً كبيراً لهذه الأطراف للتأثير في وسائل الإعلام، أكثر من المجال المتاح للجمهور، والمنظمات الإعلامية قادرة على تحديد أهدافها، وهي فعلاً تقوم بذلك، غير أننا يجب أن لا ننسى أن هذه الأهداف لا تأتي من فراغ، ففي واقع الأمر تأتي هذه الأهداف غالباً من خارج المنظمة الإعلامية، وبطبيعة الحال فإن الطرف القوي المؤثر خارج المنظمة الإعلامية هو المؤسسات الاجتماعية القوية، وليس الجمهور الذي تدعي المنظمة الإعلامية الحرص على خدمته².

وبما أن نظرية الحرية ترى أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، فقد تعرضت للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة

¹. دنيس ماكويل، مرجع سابق، ص 237-238.

². نفس المرجع، ص 238.

الأفراد الخاصة، دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكونه على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية، وهنا يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة، لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى، وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه¹.

وقبل ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية برزت إلى السطح العديد من النظريات على رأسها مدرسة شيكاغو التي مثّلت نقطة الانطلاق لمشروع بناء علوم اجتماعية مؤسسة على قواعد أمبريقية الذي ارتبط بالاتصال في الولايات المتحدة منذ العقد الأول من القرن العشرين، فمقاربة هذه المدرسة الميكروسوسولوجية لدور أساليب الاتصال في تنظيم الجماعات البشرية، يتناغم مع فكرها حول دور الأدوات العلمية المعرفية في الوصول إلى حلول للاختلالات الاجتماعية الكبرى. وقد سادت أطروحات هذه المدرسة إلى نهاية الحرب العالمية الثانية².

وتصوّر مدرسة شيكاغو المدن الحديثة بـ"التجمعات العظمى"، التي تضم مئات المجموعات الاجتماعية الصغيرة، وتحدد هذه المدرسة أن وسائل الإعلام غير الخاضعة للتنظيم تخدم مصالح وأذواق المجموعات الصغيرة والضعيفة في المجتمع، وأختلف معها عدد من الباحثين كون وسائل الإعلام يمكن أن تلعب دوراً في إثارة الكراهية ضد الأقليات ويضربون في ذلك مثلاً باستخدام هتلر للدعاية من أجل إثارة الكراهية ضد اليهود، كما أن مدرسة شيكاغو ترى أن أي شكل من أشكال تنظيم الصحافة من شأنه أن يفتح الباب أمام السيطرة على وسائل الاعلام الشيء الذي كانوا يحاولون منع حدوثه³.

بعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية

¹. الدكتور محمد جاسم فلهي الموسوي، مرجع سابق، ص 49.

². أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة الدكتور نصر الدين لعباضي-الدكتور الصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، الطبعة الثالثة، 2005م، ص 39.

³. Theories of Communication, Ibid, p. 16.

الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيقاً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة - ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية - ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون وسائل الإعلام متعددة تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة؛ أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام¹.

¹. الدكتور محمد حاسم فليحي الموسوي، مرجع سابق، ص 48-49.

المبحث الثاني الهيمنة والتبعية

المبحث الثاني

الهيمنة والتبعية

Hegemony & Dependency

يقال في اللغة هيمن يهيمن هيمنة فهو مهيم، و(المهيمن) كما جاء في (المعجم الوسيط): من أسماء الله تعالى، بمعنى الرقيب المسيطر على كل شيء الحافظ له، وفي التزويل العزيز: {مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ}، (سورة المائدة، الآية 48)، وفي باب (هيمن) يقول: فلان قال آمين وعلى كذا سيطر عليه وراقبه وحفظه والطائر على فراخه رفر ف"1.

وتعني الهيمنة "أحياناً السلطة السياسيّة المطلقة وممارستها من خلال القيادة والتحكم بحياة ومقدرات المحكوم أو الخاضع لهذه السلطة من خلال الإكراه واستخدام القوة القسريّة. وفي أحيان أخرى تعني مزيجاً من القوة والتحكم والموافقة مع المحكوم من خلال ممارسة هذه السياسة التداخلية بأن تهيمن قوة واحدة بمشاركة حلفاء لها على جماعات أخرى تكون معادية لها إعلامياً عبر تصريحات حكوماتها وزعماءها السياسيين والروحانيين دينياً وثقافياً وسلوكياً"2.

وقد وردت كلمة (المهيمن) في كتاب الله تعالى (القرآن الكريم) في موضعين، وبمعنى يختلف تماماً عن معنى التسلط والسيطرة، قال الله تعالى: {وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ...} من الآية 48 من سورة المائدة.

ومعنى هذه الآية الكريمة - حسب كتب التفسير³ - أن الخطاب موجّه إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، والكتاب هو القرآن الكريم الذي جاء (مصدقاً مشتملاً على الدعوة إلى الله تعالى، والأمر بالخير والنهي عن الشر) كما اشتملت عليه تلك الكتب المتزلة، وبهذا يكون القرآن الكريم (مهيماً): أي شاهداً بصحة تلك الكتب المتزلة ومقرراً لما فيها، مما لم

¹. إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق مجمع اللغة العربية، القاهرة، الناشر مكتبة الشروق الدولي، الطبعة الرابعة، 2004م، ص 154.

². تيسير خروب، هيمنة الإمبراطورية الأمريكية على العالم، مقال، شبكة الحوار المتمدن، العدد (1238)، 2005/6/24م.

³. الحافظ أبي الفداء إسماعيل ابن عمر ابن كثير، مرجع سابق، الجزء الثالث، ص 128.

ينسخ. وناسخاً لما خالف منها، ورقياً عليها وحافظاً لما فيها من أصول التشريع، ومؤتمناً عليها، لكونه مشتملاً على ما هو معمول به منها، وما هو متروك.

وجاء في (صفوة التفاسير): [المهيمن] الرقيب على كل شيء، أي الرقيب الحافظ لكل شيء وقال ابن عباس: الشهيد على عباده بأعمالهم، الذي لا يغيب عنه شيء، والمهيمن من هيمن عليه أي راقبه ويأتي بمعنى العالي والمرتفع على الشيء، و(مهيماً عليه) أي مؤتمناً عليه، وحاكماً لما قبله من سائر الكتب، لأنه يشهد لها بالصحة والثبات¹. وقال ابن كثير في تفسيره: إسم المهيمن يتضمن ذلك، فهو أمين وشاهد وحاكم على كل كتاب قبله، جمع الله فيه محاسن ما قبله وزاده من الكمال ما ليس في غيره. (فاحكم بينهم بما أنزل الله) أي في القرآن الكريم، ومعنى كلمة (مهيمن) لغة: التصديق، فقد اشتقت الكلمة من الفعل (أمن) وهو التصديق. وقد جاء في المعجم المسمى (المختار من صحاح اللغة) (المهيمن): أصله: (مؤامن) بهمزتين. لئنت الثانية وقُلبت ياء كراهة اجتماعهما، وقُلبت همزة الأولى (هاء) فأصبحت الكلمة (مهيمن) كما قالوا في (أراق الماء) تبدلت همزة فقالوا (هراق).

وفي موضع آخر يقول الله تعالى: {هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ. هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلَامُ الْمُؤْمِنُ الْمُهَيَّمُنُ الْعَزِيزُ الْحَبَّارُ الْمُتَكَبِّرُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ} (سورة الحشر، الآية 23). كلمة (المهيمن) هي من أسماء الله تعالى، ومعنى الكلمة: الشهيد على عباده بأعمالهم الرقيب عليهم. وقال ابن كثير في تفسيره: إن ابن عباس رضي الله عنهما وغير واحد قد قالوا في معنى الكلمة، أي الشاهد على خلقه بأعمالهم، وهو بمعنى الرقيب عليهم، كقوله تعالى: {وَاللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ} (سورة البروج، الآية 9).

التبعية في اللغة تعني الانقياد، ويقال اتبعه أي مشى خلفه ومضى معه وانقاد إليه، وهو تابع، والجمع أتباع، وتتابعت الأحداث إذا جاء بعضها في إثر بعض، وقد وردت التبعية في المعجم الوسيط بمعنى كون الشيء تابِعاً لغيره²، والتابع هو المسلم أمره لصاحبه، أي المسلوب الإرادة الذي اختار التبعية طريقاً لحياته، دون أن يعمل عقله في التمييز بين ما

[1]: صفوة التفاسير، محمد علي الصابوني، الجزء الأول والجزء الثالث.

[2]: إبراهيم مصطفى، أحمد الزيات، حامد عبد القادر، محمد النجار، المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص 177.

ينفعه أو يضره. بهذا المعنى يتضح أن التبعية تعني تحييد العقل تسليماً وانقياداً لآخر من

البشر الذين يصح عليهم ما يصح على غيرهم من حيث الخطأ والصواب¹.

إذن فإن الهيمنة والتبعية مفهومان يقومان على تحديد العلاقة الحدية بين عالمين، أولهما مهيمن استطاع أن يصل إلى مرحلة متقدمة من التطوير والصناعة وإتاحة الحريات، والآخر مُهَيَّمٌ عليه أو تابع، لا تزال تواجه المجتمع فيه العديد من المشكلات المتمثلة في تفشي الأمية والاقتصاد المعيشي غير المتطور، وانعدام الحريات. وقد تكون التبعية ناتجة عن هيمنة تضليلية، أو قد تكون نتاج تبني ومحاكاة لا أكثر، واستيراد لأدوات التحديث.

"والحقيقة أن ما يطلق عليه هؤلاء إسم (تحديث) هو في الأساس عبارة عن تقديم المجتمعات الغربية الصناعية المتقدمة لشبكاتها المالية ونشاطاتها الاقتصادية وأنماطها الاستهلاكية وبناءاتها التكنولوجية إلى الدول النامية كنموذج وحيد يجب الاحتذاء به"².

ومع ذلك فقد نشأت بين هذين الحدين حركة عدم الانحياز، التي تعتبر واحدة من نتائج الحرب العالمية الثانية (1939م-1945م)، ونتيجة مباشرة للحرب الباردة التي تصاعدت بين المعسكر الغربي (الولايات المتحدة الأمريكية وحلف الناتو) وبين المعسكر الشرقي (الإتحاد السوفيتي وحلف وارسو) حال نهاية الحرب العالمية الثانية وتدمير دول المحور، وكان هدف الحركة هو الابتعاد عن سياسات الحرب الباردة. حيث تأسست الحركة من 29 دولة، وهي الدول التي حضرت مؤتمر باندونج عام 1955م، والذي يعتبر أول تجمع منظم لدول الحركة. وتعتبر فكرة الحركة من بنات أفكار رئيس الوزراء الهندي جواهر لال نهرو والرئيس المصري جمال عبد الناصر والرئيس اليوغوسلافي تيتو. وانهقد المؤتمر الأول للحركة في بلجراد عام 1961م، وحضره ممثلو 25 دولة³.

وعلى الرغم من رؤية البعض من أن المفكر الماركسي الإيطالي أنطونيو غرامشي (1891-1937) قد صاغ في عشرينيات القرن العشرين، قبل انتشار مقولة "صراع الحضارات" وتوظيفها من قبل المحافظين الجدد في الإدارة الأمريكية لشن الحروب، وقبل صعود الحركات الإسلامية بأمْدٍ طويل، في "دفاتر السجن" مفهوماً اجتماعياً-سياً جديداً

¹. خليل إبراهيم الفزيع، التبعية تحييد للعقل، مقال، مدونة فضاء الكلمة، 27 مايو 2005م.

². عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة (78)، الكويت، 1984م، ص 6.

³. مصطفى عاشور، مؤتمر باندونج... بداية عدم الانحياز، مقال، موقع إسلام أون لاين، 12 نوفمبر 2001م.

وقتها هو مفهوم "الهيمنة الثقافية". وقد سعى من خلال ذلك المفهوم إلى تفسير سبب عدم انتشار الثورة الاشتراكية إلى أوروبا الغربية قائلاً إن هيمنة الطبقة الرأسمالية على المجتمع لا تعتمد على القوة والمال والسلطة فحسب، بل على "الرضا"، رضا أغلبية المجتمع المسحوقة، عندما تتحول قيم الطبقة الحاكمة ومفاهيمها إلى قيم "بديهية" - حتمية وطبيعية - عند عامة الناس يرون الخروج عنها خروجاً عن المنطق السليم أو "الحس العادي" أو "الطبيعة الإنسانية". ومن هنا، اعتبر غرامشي أن الثقافة، أو الهيمنة الثقافية بالتحديد، تشكل بعداً أساسياً لهيمنة الرأسمالية على المجتمع لا يمكن تجاهله أبداً في خضم الإعداد للثورة السياسية أو حتى لفهم الوضع السياسي الراهن¹، فإن مفهوم التداول الحر للمعلومات بين الأمم قد شكّل المدخل الرئيسي لهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على العالم خاصة بعد خروجها من الحرب العالمية الثانية دون أن تُصاب بأي أضرار واستطاعت فرض سيطرتها الاقتصادية على العالم، مما فتح الباب أمامها وأمام مفاهيمها كي تتغلغل داخل البلدان المختلفة، ولتقوم هي بدور المحدد الرئيسي لتفاصيل وضع الاستراتيجيات في العالم وفقاً لسياساتها ليدخل العالم حقبة جديدة من الهيمنة الناعمة على العالم بعد الحقبة الاستعمارية المباشرة التي مثلها القرن التاسع عشر.

وقد مثلت الحرب العالمية الثانية علامة فارقة في العلاقات بين الولايات المتحدة والدول الأخرى التي تعود علاقتها بها إلى بداية التاريخ الأمريكي، حيث أصابت الحرب معظم منافسيها الصناعيين بالضعف الشديد، أو حتى دمرتهم تماماً، بينما تضاعف إنتاجها ثلاث مرات، ولم تتعرض حدودها لأي هجوم. بل إن الولايات المتحدة تسلمت زمام قبلة الدول الصناعية في العالم منذ بداية القرن. وبعد الحرب، حازت 50% من ثروات العالم، وسيطرة على جانبي المحيطين الأطلسي والهادي. لم يسبق في تاريخ العالم أن دانت مثل تلك السيطرة وذلك الأمان لدولة واحدة، وقد أستوعب مخططوا السياسة الأمريكية أن الولايات المتحدة ستخرج من الحرب قوة عظمى وحيدة، فريدة في تاريخ العالم. وخططوا بحرص - خلال الحرب وبعدها - لتشكيل عالم ما بعد الحرب. لقد كانت الخطط صريحة وواضحة. حيث أتفق المخططون - من وزارة الخارجية ولجنة العلاقات الخارجية (وهي

¹ د. إبراهيم علوش، الحرب الثقافية: مفهوم ماركسي الجذور يلام الإسلاميون والقوميون على تنبيهه، مقال، شبكة البصرة، الثلاثاء 23 فبراير 2010م.

إحدى القنوات الرئيسية لنفوذ رجال الأعمال على السياسة الخارجية) - على ضرورة الحفاظ على سيطرة الولايات المتحدة¹، عبر أدوات التضليل والتغلغل داخل المجتمعات الأخرى.

"إن الهيمنة قديمة قدم الإنسان ذاته. ولكن السيطرة العالمية الراهنة لأمريكا تتميز بسرعة ظهورها، وبحجمها العالمي، وبطريقة ممارستها. فخلال قرن واحد حولت أمريكا نفسها، وحولت أيضاً بواسطة ديناميات دولية، من دولة معزولة نسبياً في نصف الكرة الغربي إلى قوة تصل سلطتها إلى أرجاء العالم كلها وتمسك بهذه الأرجاء على نحو لم يسبق له مثيل قط"².

و"تحتل وسائل الإعلام العام Public Media مركز الصدارة في المشروعات العاملة التي تستخدم في عملية التغلغل. ومن أجل تحقيق درجة كبيرة وهامة من التغلغل فلا بد من أن تستحوذ القوة المهيمنة/ المتغلغلة على وسائل الإعلام ذاتها. ويتم ذلك بقدر كبير عن طريق إضفاء الطابع التجاري على الإذاعة والتلفزيون (وتكون الصحافة ذات طابع تجاري منذ البداية بصورة غير متغيرة)"³.

لذلك لما نشأت حركة دول عدم الإنحياز كانت تحاول الخروج من برائن السياسة الأمريكية وتحديد موقف محدد منها بعد أن وصل العداء إلى مراحل متقدمة، خاصة "إن سياسات الحكومات المتعاقبة للولايات المتحدة الأمريكية هي المكروهة: الطريقة التي تميل القوة العظمى الوحيدة في العالم إلى استخدامها لتحقيق ما تريد، وسياساتها الخارجية القاسية أحياناً، ومشروع العولمة الذي يحقق لها مكاسب، ودعمها للطغاة في الوقت الذي تستخدم فيه لغة الديمقراطية وحقوق الإنسان، والطريقة التي تستخدم بها الوكلاء المحليين للسيطرة على النظام العالمي. ومهما كانت الهيمنة الأمريكية لطيفة فإنها ستبقى تثير الخوف لأنها متورطة أكثر من أي قوة أخرى في الإدارة اليومية لشؤون العالم وتصر على تحقيق ما

¹. نعم تشومسكي، ماذا يُريد العم سام؟، ترجمة عادل المعلم، دار الشروق، القاهرة-بيروت، الطبعة الأولى، 1998م، ص 11.

². زيجيو برينسكي، رقعة الشطرنج الكبرى - السيطرة الأمريكية وما يترتب عليها جيواستراتيجياً، ترجمة وطباعة مركز الدراسات العسكرية، لبنان، 1999م، ص 7.

³. هيربرت شيلر، الاتصال والهيمنة الثقافية، مرجع سابق، ص 21-22.

تريد. إن قوة بنوية كهذه، في أي حالة إنسانية، تترع إلى استشارة عداء أولئك الذين لا يجدون من يصغي إليهم أو الذين لا يستطيعون تحقيق ما يريدون أبداً¹.

ظهرت العديد من النظريات الإعلامية المتعلقة بالهيمنة Hegemony منها "نظرية استخدام الوسائل الإعلامية لتحقيق الهيمنة (Hegemonic Theory): وتجمع هذه النظرية بين عدة اتجاهات يضمها مصطلح الهيمنة (Hegemony) الذي يعني الأيديولوجية الحاكمة في المجتمع عند (جرامشي Gramsci، 1970م)، وتركز هذه النظرية بدرجة أقل من "النظرية السياسية الاقتصادية لوسائل الإعلام"، والنظرية "الناقدة ومدرسة فرانكفورت الإعلامية" على العوامل والمسببات الاقتصادية. وتتم أكثر ما تهم بالأيديولوجية ذاتها، وأشكال التعبير عنها، وطرق صياغتها في معانٍ، والوسائل التي تُحقق لها البقاء والنجاح في تحقيق إذعان المتعرضين لها وضحايا هذه الأيديولوجية عادةً ما يكونون، طبقاً لهذه النظريات، من أفراد الطبقة العاملة، هذا وللأيديولوجية دور رئيسي في تحقيق الإذعان، لأنها تنجح في غزو ضمائر الناس وتكوين وعيهم. وتختلف هذه النظرية، عن النظريات الاقتصادية السياسية، في أنها تعترف بدرجة كبيرة من الاستقلال للأيديولوجية عن البنية التحتية الاقتصادية (Base)، أي الاستقلال النسبي للنظام الأيديولوجي عن النظام الاقتصادي².

وتسعى وسائل الإعلام في ظل البتول ذات التفكير نحو الهيمنة، خاصة الولايات المتحدة الأمريكية، للسيطرة على الرأي العام عبر أساليب حديثة نتجت جراء ما وفرته دراسات علم الإتصال بعد أن استفادت مما توفر من خلال الدراسات الاجتماعية والنفسية.

"ويؤكد أحد أبرز المنظرين في هذا المجال، (ستيوارت هول Stuart Hall، 1982م) "أن فكرة السيطرة بمعناها الكلاسيكي، الذي يعني الفرض المباشر لإطار معرفي محدد على طبقة مقهورة بواسطة القوة المباشرة أو القهر الأيديولوجي، قد أصبحت غير كافية لتفسير تعقيدات الظاهرة ولا تنسجم مع واقع الحياة الحديثة. ففي واقع الأمر فإن السيطرة تتم على مستوى اللاوعي كما تتم في مستوى الوعي. فالسيطرة تظهر كونها أبرز ميزة في نظام العلاقات الاجتماعية أكثر من كونها توجهات وانحيازات فردية. وهي تتمثل في

¹. كين بوث وتيم ديون، عوالم متصادمة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، دراسات مترجمة (22)، الطبعة الأولى، 2005م، ص 11.

². دنيس ماكويل، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 39.

صميم النشاط الاجتماعي الذي يعمل على تنظيم وتوجيه واستبعاد أنواع العلاقات الاجتماعية بواسطة التوظيفات اللغوية والخطابية في المجتمع¹.

وإذا كانت الهيمنة قد نتجت عن التطورات التي شهدتها فكرة السيطرة المباشرة والاستعمار التقليدي، لتكون هي المعادل الموضوعي لها ولكن بأساليب حديثة تتماشى مع الافرازات التي تركتها الحركات الوطنية والتحررية عقب الحقبة الاستعمارية، فإن التبعية جاءت لأسباب تتعلق بالكم الهائل من التقنيات الحديثة في مجال وسائل الاتصال والتي عملت على تطويرها الولايات المتحدة الأمريكية، وكان على رأس المؤسسات فيها وزارة الدفاع "البنتاغون" والأجهزة المخبرية، لترتبط تلك التطويرات باعتبارها تجسيدا للهيمنة الثقافية والإعلامية، بل ومن جانب آخر فقد شكلت إحدى أهم أدوات التبعية، فقد عملت على إغراء المجتمع الدولي كي يقتنيها.

"فالتكنولوجيا وطريقة استخدامها تؤثر على المرافق الأساسية للاتصال الاجتماعي. وبذلك فإن قبول "استراتيجية أنمائية" في إحدى الأمم يجلب معه ما هو أكثر من المعدات والتقنيات الصناعية. فالكيفية التي يرتبط بها البشر سواء في مجال العمل أو في مجال المجتمع أو في الحياة الأسرية تحددها بقدر كبير، إن لم يكن بصورة ساحقة، طبيعة التكنولوجيا المستخدمة وكيفية استخدامها والعلاقات الاجتماعية التي تنظم استخدامها².

و"ترجع البدايات الأولى لظهور مدرسة التبعية إلى نهاية الستينات وقد ظهرت كرد فعل لفشل وقصور النظريات الاجتماعية والاقتصادية العديدة التي حاولت تفسير تخلف شعوب العالم الثالث في ضوء بنائها القديمة. وإذا كانت مدرسة التبعية قد نشأت أساسا في أمريكا اللاتينية فإن ذلك يرجع إلى أن شعوب تلك القارة كانت أسبق شعوب القارات الثلاث في معاناة تجربة نمط النمو الاقتصادي القائم على الاندماج الكامل في السوق العا لمي والموجه أساساً إلى خدمة احتياجات الدول الصناعية الاستعمارية. ولقد أثبتت الأزمة الاقتصادية الكبرى التي مرت بها الدول الرأسمالية في الثلاثينات من القرن العشرين بصورة حاسمة مدى فشل أساليب النمو القائمة على هذا النمط³.

¹. ديفيس ماكويل، المرجع السابق، ص 39-40.

². هربرت شيللر، الاتصال والهيمنة الثقافية، مرجع سابق، ص 60.

³. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة (78)، الكويت، 1984م، ص 34.

لقد "شكلت أمريكا اللاتينية المنطقة التي وجدت في قلب استراتيجيات التنمية في ظل المواجهة بين الشمال والجنوب، فأعطت دفعا قويا "لنظرية التبعية"، إذ عرفت هذه النظرية العديد من الصيغ التي تعتمد على تقدير هامش المناورة، وعلى درجة الاستقلال بالنسبة لمحددات "النظام - العالم" التي اعتمدها كل أمة من الأمم"¹.

وقد "أجمع كتاب التبعية على حقيقة محورية مؤداها: أن تخلف العالم الثالث أو تبعيته بمعنى أدق للعالم الرأسمالي المتقدم إنما يرجع إلى خضوعه للسيطرة الاستعمارية التي استمرت عدة قرون. وقد تشكلت الأنظمة السياسية والأوضاع الاجتماعية الثقافية في دول العالم الثالث من خلال وضعها كمجتمعات تابعة داخل النسق العالمي"²، إضافة إلى ذلك فإن "أغلب المؤسسات الإعلامية ليست نابعة من داخل معظم بلدان العالم الثالث... وهي في المقام الأول مؤسسة غربية"³.

وترتب على وضع مجتمعات العالم الثالث بالعموم ومجتمعات العالم العربي والإسلامي، على وجه الخصوص، كمجتمعات تابعة عدم توازن في تدفق المعلومات والأخبار من العالم الغربي، أوروبا والولايات المتحدة، حيث أصبحت تلك المجتمعات هي "الطرف المتلقي وليس الفاعل في عدة مجالات في السياسة الدولية"⁴.

وقد أسهمت دول عدم الإنحياز مع اليونسكو في فتح باب النقاش حول قضية التدفق غير المتكافئ والطاغي للمعلومات والأخبار والمواد الثقافية من دول الشمال إلى دول الجنوب في سبعينيات القرن العشرين، "وكللت المطالب الشرعية للبلدان غير المنحازة بالنجاح سنة 1978م عندما أقر المؤتمر العشرون لليونسكو الإعلان الخاص بالمبادئ الأساسية المتعلقة "بمساهمة وسائل الإعلام في دعم السلم والتفاهم الدولي وصيانة حقوق الإنسان ومقاومة التمييز العنصري والتحريض على الحرب". وكان هذا الحدث بمثابة خطوة هامة نحو إرساء نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال وأول وثيقة رسمية للأمم المتحدة تولى مطامح البلدان

¹. أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 132.

². عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 43.

³. ل. جون مارتن - أنغو حروف شودري، نظم الإعلام المقارن، ترجمة علي درويش، الدار الدولية للنشر والتوزيع مصر، طبعة أولى 1991م، ص 142.

⁴. كين بوث وتيم ديون، مرجع سابق، ص 13.

النامية اهتماماً بشأن تغيير النظام الحالي في ميدان الاتصال وتحديد أفضل لواجبات وحقوق وسائل الإعلام"¹.

وكانت اليونسكو قد بدأت في عام 1969م في مناقشة "الاتصال ذي الاتجاه الواحد"، وكانت النتيجة النهائية لتلك النقاشات إنشاء "لجنة دولية لدراسة مشاكل الاتصال" برئاسة الإيرلندي شون ماكبرايد (Sean MacBride) في عام 1977م، أثناء رئاسة السنغالي أمادو مختار أمبو (Amadou Mahtar MBow) لهذه المنظمة، وقد بدأت اللجنة عملها في شهر ديسمبر من ذات العام، وبعد ثلاث سنوات من هذا التاريخ نُشرت الصيغة النهائية لتقرير هذه اللجنة تحت إسم (أصوات متعددة وعالم واحد)، وهو مشهور كذلك بإسم (تقرير لجنة ماكبرايد)².

"ويعتبر هذا التقرير أول وثيقة رسمية صادرة عن مؤسسة تمثل المجتمع الدولي، تعترف وتطرح بوضوح مسألة الخلل في تدفق الأخبار والمواد الثقافية، وتتساءل عن الاستراتيجية التي يجب اتخاذها لمعالجة هذا الخلل"³.

¹ مصطفى المصودي، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة (94)، الكويت، 1985م، ص 24.

² Many Voices One World, Report by the international commission for the study of communication problems, unesco, united nation, anchor press ltd, 1981.

³ أرمان وميشال ماتلار، مرجع سابق، ص 134.

المبحث الثالث

التضليل وحرب المعلومات

المبحث الثالث

التضليل وحرب المعلومات

Misinformation and Information Warfare

ساهمت التطورات التي شهدتها الساحة السياسية الدولية منذ الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي، والتطورات الحديثة في وسائط الإتصال، خاصة فيما يتعلق بالتقنية الرقمية Digital Technology التي سهلت عمليات تبادل المعلومات، وسمت التدفق الحر للمعلومات Free Flow Of Information التي ألغت حدود المعايير والتقاليد الثقافية للدول، ساهمت في تطوير العديد من المفاهيم التي كانت تحكم علاقات القوة، فمفهوم الانتصار والهزيمة في الحرب كان يعتمد في القرن التاسع عشر على القوة العسكرية الميدانية، لكنه فيما بعد أصبح يقوم على معايير أخرى حددتها قوة "الميديولوجيا" القائمة على التأثير البصري، والاختراق النفسي - السياسي للجماهير في العالم. كذلك غيّرت طبيعة الحرب الحروب النووية والبيولوجية والكيميائية وطفعت الحاجة المتصورة للمؤسسة العسكرية للتلاعب بالإعلام وتقييده لحشد الدعم على المستويين القومي والدولي وفقاً لمنهج الحرب الجديد².

وكان لهذه التغيرات دور "واضح" في أن تشهد فلسفة الإعلام إعادة تنميط وفقاً لمفاهيم الأفكار الحديثة المرتبطة بالمصالح السياسية والاقتصادية للمؤسسات الإعلامية التي تتحكم في عدد كبير من وسائط الإعلام الحديث، فلم تعد معايير الحياد أو الموضوعية ذات دلالات خاصة في ممارسة المهنة الإعلامية، إنما حلّ محلّها التلاعب Manipulation والتضليل Misinformation وأساليب الهيمنة Hegemony للتحكم في الرأي العام، ويقول هيربرت شيللر Herbert Schiller في كتابه (التلاعبون بالعقول) (Mind Managers) إن هنري لوس Henry Luce، مؤسس "تايم" (Time) و"لايف" (Life) و"فورشيون" (Fortune) و"سبورتس الوسترنايد" (Sports Illustrated) وعدد آخر من

1. مصطلح جديد، استخدمه المفكر الفرنسي ريجيس دوبريه في كتاب له بعنوان (علم الإعلام العام: الميديولوجيا)، باريس 1991م، بيروت 1996م، وترجمه البعض بالإعلاماء وهو يعنى علم وسائل/ وسائط الإعلام، موضوعه درس الوسائط المادية التي يتجسد عبرها الكلام.

2. بيتر بونج وبيتر جيسر، الإعلام والمؤسسة العسكرية، دراسات مترجمة (16)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 2003م، ص 8.

المجلات الواسعة الانتشار، بخبر هيئة محرري مجلة "تائم" بما يلي: "أن الموضوعية الصحفية المزعومة، أي الزعم بأن الكاتب الصحفي يقدم الحقائق كما هي دون إخضاعها لحكم قيمي، هي عادة حديثة العهد، وهي شئ زائف تماماً. وذلك ما يتعين على أن أستنكره وأن أشجبه. وبالتالي فعندما نقول فلتذهب الموضوعية إلى الجحيم فإننا نقصد بذلك هذا المعنى"¹.

إن "وسائل الإعلام الغربية تقدم نفسها كنموذج مثالي لبقية بلدان العالم، من حيث الحرية، والاستقلالية، والموضوعية. لكنها، في الواقع، تصبح، أحياناً، أداة للتلاعب بها وقناة للتضليل الإعلامي، سواء عن قصد أو عن غير قصد، سيما في أوقات التراعات والأزمات والحروب، نظراً لدورها المعتبر في تشكيل الرأي العام المحلي والدولي"²، وهي "لا تفعل أكثر من مواصلة الحرب الدعائية"³.

حرب المعلومات (Information Warfare)

شكل إصطلاح طريق المعلومات فائق السرعة (Information Superhighway) في النصف الأول من تسعينيات القرن العشرين بداية عصر جديد في تكنولوجيا الاتصالات (Communication Technology) و"التحول من اعتماد شبكات الاتصال لشركات الهاتف على السلك النحاسي المرتبط بخدمات الصوت والبيانات فقط، إلى وصلات الألياف البصرية التي فتحت مجالاً أوسع للعديد من الخدمات"⁴ المرتبطة بالأجهزة الذكية، إضافة إلى ارتباط الأجهزة الرقمية الحديثة بنظام شبكي واحد جعل طريق المعلومات فائق السرعة مساراً لكل شئ من الاقتصاد والتعليم إلى الألعاب وحتى أنظمة دفاع الدول وتقنياتها الحربية.

ولقد ترتبت مشكلات أمنية جديدة مع ثورة المعلومات خاصة في المجتمعات المفتوحة المعتمد اقتصادها على الترابط الحاسوبي تمثلت في مفهوم "حرب المعلومات"

¹. هيربرت شيلبر، المتلاعبون بالعقول، كيف يجذب محررو الذمى الكبار في السياسة والإعلان ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، مارس 1999م مرجع سابق، ص 269.

². السعيد بومعيرة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المحلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، يناير 2004، ص 87-115.

³. مارك توماس، أخيري أكاذيب - الدعاية والتضليل الإعلامي في الحرب على العراق، إعداد ديفيد ميلر وآخرين، ترجمة إبراهيم العريس، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، أدوكارت (الشرق الأوسط)، الطبعة الأولى، أبريل 2007م، ص 8.

⁴. فرانك كليش، ثورة الإنفوميديا-الوسائط للمعلوماتية وكيف تُغيّر عالمنا وحياتنا؟، مرجع سابق ص 207 - 208.

(Information Warfare)، و"قراصنة الإنترنت". و"كانت إحدى نتائج ثورة المعلومات Information Revolution الإعتقاد بأن الحرب ستشهد تغيراً عميقاً ونهائياً، وأن الحرب الجديدة أخذت مسميات مختلفة الأشكال الحرب السيبرانية "Cyberwar" وحرب المعلومات "Information Warfare" (IW) الحرب المرتكزة على الشبكة "Network Centric Warfare" وعمليات المعلومات "Information Operations" وحرب القيادة والسيطرة "C2W" (Command & Control Warfare)"¹.

ويشير بعض الباحثين إلى أن "حرب المعلومات" ليست حديثة، فقد مارستها البشرية منذ نشأتها باستخدام نظم المعلومات المتوفرة لديها. فقد قام أحد القياصرة بتشفير بعض المعلومات الحساسة والمطلوب إرسالها إلى قادته خوفاً من كشف سرية هذه المعلومات من قبل أعدائه. وبعد اختراع المذياع، بدأ استخدامها كوسيلة في الحرب حيث يقوم أحد الأطراف بضخ معلومات موجهة إلى الطرف الآخر تهدف إلى إحداث تأثيرات نفسية لديه كنشر معلومات سريه أو مكذوبة عنه وذلك لزعزعة الثقة فيه. ومع ظهور الحاسب الآلي واستخدام شبكات لربط أجهزة الحاسب وانتشار شبكة الإنترنت بشكل خاص واتساع استخدامها، بدأت "حرب المعلومات" تأخذ بعداً جديداً. فالتضخم الكبير في صناعة المعلومات جعل الاعتماد على نظمه الحديثة (الحاسب الآلي والشبكات) أكبر وأكثر في إدارة أمور الحياة المختلفة ولذا فإن استخدام المعلومات كسلاح أصبح أكثر عنفاً وأشد تأثيراً.²

وشهد شهر أكتوبر عام 2012 تراشقاً للإتهامات بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة والجمهورية الإسلامية الإيرانية من جهة أخرى، حيث قالت صحيفة "نيويورك تايمز" إن الاستخبارات الأمريكية تقتنع أكثر فأكثر بأن إيران تقف خلف هجمات إلكترونية استهدفت مؤسسات مالية في الولايات المتحدة وشركة نفط عملاقة في السعودية خلال شهر أغسطس 2012. وأضافت الصحيفة أن تلك الهجمات دفعت وزير الدفاع الأمريكي ليون بانيتا إلى التحذير من أن الولايات المتحدة مهددة بـ"بيرل

¹. Borden, A. (1999). What is information warfare? , Aerospace Power Chronicles, United States Air Force, Air University, Maxwell AFB . URL: <http://www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/cc/borden.html> (Accessed 17th August, 2005).

². د. إيلس الهاجري، الحرب المعلوماتية، مقال، صحيفة الرياض يناير 2002، (رقم العدد غير متاح).

هاربر إلكتروني"¹. موضحة أن مؤسسات أمريكية بينها "كابيتال ون فاينانشيال كورب" و"صن ترست" تعرضت لهجمات إلكترونية من قرصنة.

وأشارت إلى أن مؤسسة "أرامكو" النفطية السعودية العملاقة تعرضت بدورها لهجوم إلكتروني في أغسطس 2012. وأضافت أن فيروساً إلكترونياً يطلق عليه "شامون" استخدم في هذا الهجوم، وأصاب 30 ألف جهاز كمبيوتر.²

ويُطلق مصطلح حرب المعلومات (information warfare) لوصف استخدام وإدارة المعلومات للحصول على ميزة تنافسية على العدو، وتتضمن جمع المعلومات الاستراتيجية، التأكد من صلاحية المعلومات الموجودة، نشر دعايات أو معلومات خاطئة لاحتباط العدو أو الشعب، التقليل من نوعية المعلومات التي توجد لدى العدو والعمل على تقليل فرص جمع العدو للمعلومات. وهي كذلك استخدام نظم المعلومات لاستغلال وتخريب وتدمير وتعطيل معلومات الخصم وعملياته المبنية على المعلومات ونظم معلوماته وشبكات الحاسب الآلي الخاصة به، وكذلك حماية ما لدي من كل ذلك من هجوم الخصم؛ لإحراز السبق، والتقدم على نظمه العسكرية والاقتصادية. من الممكن أن تحدث هذه الحرب على مستوى الأشخاص، الشركات، أو على مستوى عالمي.³

ويشير لينون هوبكنز Lennon Hopkins إلى أن هناك عدداً من الاختلافات في تعريف حرب المعلومات (Information Warfare) وأعتبر أن التعريف الأكثر إيجازاً لهذه المصطلح أطلقه هاتشينسون ووارن Hutchinson and Warren إذ وصفا الهدف الرئيس لحرب المعلومات بأنه إستغلال المعلومات الخاصة بالمؤسسات والقدرة على حرمان المؤسسات المنافسة من نفس المورد. فيما أضاف ديفي وأرمسترونغ Davey and Armstrong المفهوم الممتد لحرب المعلومات ليشمل التلاعب والحرمان من المعلومات للعدو مع الحفاظ على ميزة إعلامية من أجل تحقيق "المعرفة المتفوقة"⁴، أما العقيد أندرو

1. في إشارة إلى الهجوم الذي شنه طيارون يابانيون في الحرب العالمية الثانية على ميناء بيرل هاربر الأمريكي في المحيط الهادي.

2. موقع الجزيرة، نت الإخباري، الأحد 14 أكتوبر 2012، 87402444-b187-4c9f-993f-897bbb86dd8a

3. 3. Reto E. Haeni, Information Warfare an introduction, Washington DC, January 1997 .

http://www.trinity.edu/rjensen/infowar.pdf

4. Lennon Hopkins, Information Superiority: A Popular Misnomer, Paper, 7th Australian Information Warfare and Security Conference, Published by School of Computer and Information Science Edith

بوردن Col Andrew Borden فهو يُشير إلى أن "حرب المعلومات (Information Warfare) هي أي فعل لإنكار أو إستغلال أو إتلاف أو تدمير معلومات العدو، ووظائفها حماية أنفسنا ضد تلك الإجراءات وإستغلال وظائف المعلومات العسكرية الخاصة بنا"¹.

وتنقسم حرب المعلومات إلى سبعة أقسام: حرب القيادة والسيطرة، الحرب الاستخباراتية، الحرب الإلكترونية، حرب العمليات النفسية، حرب قرصنة المعلومات، حرب المعلومات الاقتصادية، حرب المعلومات الافتراضية. وهناك أسلحة متنوعة تُستخدم لتنفيذ هذه الحرب مثل: فيروسات الحاسوب، الديدان (Worms)، أحصنة طروادة (Trojan horses)، القنابل المنطقية (logic bombs)، الأبواب الخلفية (backdoors)، الرقائق (chipping)، الماكينات والميكروبات فائقة الصغر، الاختناق المروحي الإلكتروني، مدافع HERF، وقنابل EMP.² أما الأسلحة التي تُستخدم في الدفاع التكنولوجي فهي لعبة الداما Virus checkers، أدوات الشبكة network tools، شبكة الطب الشرعي network forensics، المعايير standards، النسخ الاحتياطي backups، نُظم كشف التسلل intrusion detection systems، مصائد مخترقي الشبكات honeypots، التدريب training.³

ويوضح هاتشينسون W. Hutchinson أن ظهور تكنولوجيا المعلومات الرقمية digital information technology بشرت بمفهوم حرب المعلومات، وأن في هذه المرحلة التمهيدية نُظر إلى التكنولوجيا والشبكات على أنها أسلحة للحصول على "التفوق المعلوماتي"⁴، الأمر الذي دفع الأجهزة الإستخباراتية لاستخدام هذا النوع من الحرب،

Cowan University Perth, Western Australia, Edited by Dr. Craig Valli and Dr. Andrew Woodward, Copyright 2006.

¹. Borden, A. (1999). What is information warfare?

². Reto E. Haeni, Information Warfare an introduction, Washington DC, January 1997.

<http://www.trinity.edu/rjensen/infowar.pdf>

³. W. Hutchinson, Information terrorism: networked influence, Paper, 7th Australian Information Warfare and Security Conference, Published by School of Computer and Information Science Edith Cowan University Perth, Western Australia, Edited by Dr. Craig Valli and Dr. Andrew Woodward, Copyright 2006.

⁴. W. Hutchinson, Information terrorism: networked influence.

ويؤكد ذلك ما ذهب إليه لينون هوبكتز Lennon Hopkins بأن "الإستخبارات لعبت دوراً مهماً ضمن سياق حرب المعلومات"¹.

ويرى بعض الباحثين أن هجمات إتلاف المعلومات هي حرب معلومات حيث ينقل المهاجم إشارة تالفة Corrupted Signal إلى المدافع والتي تُحاكي الإشارة الصالحة Valid Signal المتوقعة من المدافع فينجح المحجم في حال إعتقد المدافع أن الإشارة التالفة هي إشارة صالحة، لذلك فإن هجمات الإتلاف واحدة من الإستراتيجيات القانونية لحرب المعلومات².

التضليل Misinformation

إن أوقات الأزمات والتراعات والحروب تُشكّل الأجواء الملائمة لنمو المنهج التضليلي ولتنتقل الحرب الحقيقية إلى ميادين أخرى جديدة سمتها أنها حرب معلومات تلعب فيها وسائل الإعلام الدور الرئيسي بدلاً عن الوحدات العسكرية، ويصبح المحررون وكتّاب التقارير والمراسلون هم الجنود والضباط، و"أخذت مفردات الصحفيين تقلد تماماً لكتات ضباط القيادات المضحكة أحياناً والمستهجنة. فالأسلحة أصبحت "أوراقاً رابحة"، وقصف الأهداف العسكرية "هجمات جراحية"، والضحايا من المدنيين "خسائر جانبية ومن الحواشي"، والمناطق التي لم تقصف وتدمر بعد "أهداف مربحة" والوجه المتورم لطيار أمريكي أسير وصف بأنه "جريمة حرب". أما عمليات قصف عاصمة عربية بلا هوادة فليس إلا نتيجة "الطلعات" الجوية عديدة"³.

وقد لعبت التطويرات الحديثة في مجال الأجهزة والمعدات الإلكترونية الخاصة بوسائط الإتصال دوراً مهماً في توفير إمكانيات هائلة لتنفيذ أساليب التضليل على أدق الوجوه، وقد "بلغت فنون التركيب (المونتاج) درجة من التعقيد والاتقان، جعلت المشاهد أمام هذه البرامج عاجزاً عن اكتشاف الحد الفاصل بين الواقع وبين ما صنعه الخيال"⁴.

¹. Lennon Hopkins, Information Superiority: A Popular Misnomer,

². L. Brumley, C. Kopp and K. Korb, The Orientation step of the OODA loop and Information Warfare, Paper, 7th Australian Information Warfare and Security Conference, Published by School of Computer and Information Science Edith Cowan University Perth, Western Australia, Edited by Dr. Craig Valli and Dr. Andrew Woodward, Copyright 2006.

³. سيرج حليمي، صحفيون يرتدون الثياب المموهة، دراسة في كتاب "نظام التضليل العالمي"، ترجمة غازي أبو عقل، سلسلة القسم الفكرية، دار المستقبل، دمشق، الطبعة الأولى 1994م، ص 50.

⁴. موني بيرا، إخراج الواقع، دراسة في كتاب نظام التضليل العالمي، مرجع سابق، ص 101.

لقد هبّ الانفجار المعلوماتي الذي شهدته ويشهده العالم بالإضافة إلى التغيرات الهائلة في مجال تقنية المعلومات، لظهور أسلوب التضليل الإعلامي Misinformation و"لقد أحدثت التغيرات في تقنية المعلومات بالفعل أثراً في توازن القوى العالمي، فهي التي عجلت باختيار الإتحاد السوفيتي، وهو ما أحدث تحولاً في النظام الدولي"¹.

وحينما قال آرثر سالزبورجر مؤسس صحيفة (نيويورك تايمز): "أعط أي إنسان معلومات صحيحة ثم اتركه وشأنه. ربما يجعله مُعرّضاً للخطأ في رأيه لبعض الوقت ولكن فرصة الصواب سوف تظل في يده إلى الأبد. لكن أن تحجب المعلومات الصحيحة عن أي إنسان أو تقدمها إليه مشوهة أو ناقصة أو محشوة بالدعاية والزيّف فإنها تدمر كل جهاز تفكيره وتزل به إلى ما دون مستوى الإنسان"، كان يضع اللبنات الأولى للإعلام الحر عبر معايير الحياد والموضوعية في ممارسة المهنة الإعلامية.

إن الرأي العام الذي تستهدفه وسائل الإعلام يحتاج أن يُعطى الحقائق كما هي اعتماداً على أن الخبر مقدّس والرأي حرّ، وإذا كان "إعداد المعلومات وممارسة إنتاج المعرفة بوصفهما نتاجاً جانبياً للوظائف العديدة التي تتكفل بأدائها"² واحدة من أهم الوظائف التي تقوم بها الحكومات. فإن أبراهام لينكون عبّر عن خطورة إهمال الرأي العام وعدم الإهتمام به من قبل الحكومات حينما قال: "أنه حقيقة أنك تستطيع أن تخدع كل الناس بعض الوقت، كما أنك تستطيع أن تخدع بعض الناس كل الوقت، ولكنك لن تستطيع أن تخدع كل الناس كل الوقت"³.

ولكن في ظل الصراعات الدولية فإن الولايات المتحدة على وجه الخصوص والكثير من الدول بالعموم سعت إلى ممارسة سياسة التضليل الإعلامي بما فيها من تحريف وكذب من أجل التأثير على الرأي العام والسيطرة عليه وخلق صورة ذهنية تساعد في تحقيق أهدافهم، و"قد ظلت الصحافة الأمريكية تعيش على سمعتها كصحافة مستقلة والتي ورثتها من قضية ووترغيت المعروفة، في حين أظهرت حرب الخليج أن هذه السمعة المغالى في تقديرها ينبغي خزنها في مستودع الأفكار العامة المبتذلة التي نجتزها بحكم العادة. ذلك أنه

¹. زلمي خليل زاده وجون وايت، الدور المتغير للمعلومات في الحرب، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، العدد 53، طبعة أولى، 2004م، ص 8.

². هيربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص 49.

³. محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي ودار الرفاعي، القاهرة ط. ثانياً 1984م، ص 88.

نادراً ما انصاعت "السلطة الرابعة" إلى الأولى مثل هذا الانصياع. ووقفت وسائل الإعلام الكبرى "بالاستعداد"، منذ السادس عشر 1991م. وعندما أظهر استفتاء أن الرأي العام يفضل الجنرالات على الصحفيين، فعل الصحفيون ما بوسعهم لكي لا يعود الفرق ملحوظاً بينهم وبين الجنرالات. وفيما كان مذيع نشرة الأخبار على شبكة NBC توم براكاو Tom Brokaw يحتتم برنامجاً خاصاً بالغارات الجوية الأولى على بغداد تمنى أن تكون الحرب "قصيرة ولذيذة" "Short and Sweet". ومنذ واجهت الولايات المتحدة "عدواً يجب تدميره" أصبحت المسألة الحقيقية المطروحة فعلاً: "ما هي أهلية صدام حسين لارتكاب الخطأ؟". من المؤكد أنه سيسقط ضحايا بين المدنيين العراقيين ولكن المذيع - نجم شبكة NBC التي تملكها شركة جنرال موتورز من كبريات موردي الأسلحة إلى البنتاغون - كان يلح: "مذكراً المشاهدين أيضاً وأيضاً بأن صدام حسين هو الذي عرض حياة هؤلاء للخطر"¹.

ويشير بعض الباحثين² إلى أنه بالرغم من انتشار ظاهرة التضليل الإعلامي، لكنه يبقى من المواضيع التي لم تنل قسطاً لائقاً من الدراسة والبحث، إلا ما ندر. ويفسرون ذلك لعدة أسباب:

- أن التضليل الإعلامي تقرر ممارساته بالأئظمة الشمولية، وبالتالي: الحديث عنه في المجتمعات الديمقراطية المؤمنة بحرية الصحافة واستقلاليتها، فهو أمر غير وارد. وهذا يعتبر تضليلاً إعلامياً في حد ذاته.
- وأن السياسيين لا يتحدثون عنه لأنهم يمارسونه أنفسهم ويكتفون بعبارة "التناول الإعلامي غير المنصف" أو يتهمون الآخر بممارسته، أما الإعلاميون فينفون بممارسته لأنهم يقدمون أنفسهم كمهنيين ومستقلين وموضوعيين.
- صعوبة التمييز ما بين التضليل الإعلامي والإعلام، بسبب براعة التقنيات المستعملة.
- تلاقي المصالح ما بين المتغير السياسي والجماعات الإعلامية، وبصفة خاصة، أثناء الصراعات والأزمات.

¹. سرج حليمي، صحفيون يرتدون الثياب الموهمة، ضمن "نظام التضليل العالمي"، مرجع سابق، ص 47.

². السعيد بومعيرة، مرجع سابق ص 87-115.

والتضليل الإعلامي بالعموم هو استخدام معلومات خاطئة أو غير دقيقة يتم نشرها عن قصد أو بغير قصد. وتمييزها عن التضليل من جانب الدوافع هو افتراض خاطئ بكل بساطة، بينما التضليل، في المقابل، يهدف إلى التضليل¹.

و"إذا كان تضليل العدو أسلوباً معروفاً منذ القدم، إذ تحدث عنه Sun Tzu الصيني في سياق "فن الحرب" ثلاثة قرون قبل الميلاد، وتم استعماله ببراعة من طرف (ألكسندر المقدوني) و(جانكز خان) واشتهر به عمر بن العاص. إلا أن مصطلح التضليل الإعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية Dezinformatsia مع بداية العشرينات من القرن العشرين، وشاع استعماله في الإتحاد السوفيتي سابقا بعد الحرب العالمية الثانية لينعت به الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استعباد الجماهير الشعبية. ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية Disinformation إلا في الستينات ليشير إلى التسريب المقصود للمعلومات المضللة. أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974م، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينيات من القرن العشرين ويتضمن دلالات سياسية أساسا، أي النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإبقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة².

ويرى دون فاليس Don Fallis أن التضليل الإعلامي Disinformation يُتخذ عادة كمنشآت حكومي أو عسكري، مثلما وضعه جورج كارلين من أن "الحكومة لا تكذب، إنما فقط تشترك في التضليل الإعلامي"، إضافة إلى ذلك فإن معيار تعريف التضليل الإعلامي القاموسي هو "إعلان معلومات مضللة علناً أو تم تسريبها من قبل الحكومة أو بطريقة خاصة عبر وكالة الاستخبارات"، ومع ذلك فإن منظمات أخرى يمكن أن تنتج معلومات مضللة عن عمد، خاصة أن مصادر خدمات الأخبار كثيراً ما تكون مضللة³.

¹. Francois Nel (2005). Writing for the Media in Southern Africa. Oxford University Press. p. 57.

². المسعود بومعزة، مرجع سابق ص 87-115.

³. Don Fallis, A Conceptual Analysis of Disinformation, paper, iConference February 8-11, 2009 at the University of North Carolina-Chapel Hill.

ويُعرّف قاموس التراث الأمريكي "The American Heritage Dictionary" التضليل الإعلامي "Disinformation" بأنه "تعمد إعلان معلومات مضللة أو تسريبها من قبل الحكومة أو وكالة الاستخبارات للتأثير على رأي عام أو حكومة شعب آخر"¹.

وفي الغالب تؤثر معاني مضمون الإتصال على المتلقي وفقاً للبيئة الثقافية التي تنشأ فيها اعتماداً على أساليب ترسيخ تلك المعاني، توسيعها وإستقرارها أخذاً في الإعتبار "أن لأنظمة الإتصال في المجتمع تأثير محدد على بناءه الإجتماعي، ففوة تقنيات الإتصال تستمد أساساً من العلاقة المتبادلة الديناميكية (الحركية) بين الإعلام والسلطة، السلطة الإقتصادية، السلطة السياسية، السلطة الإجتماعية"²، وإذا لم تكن هذه السلطات متوافقة أو متصالحة مع الجماهير ينتفي ذلك التأثير المحدد، لذلك فإن "التمييز بين المعلومات الخاطئة والتضليل الإعلامي يلعب أهمية خاصة في السياقات السياسية، والتحريرية، والإعلانات، فبعض المصادر تبذل جهوداً حثيثة للتضليل أو الخداع أو الخلط لتعزيز أهدافها الشخصية والدينية، أو الأيديولوجية لدى الجمهور"³.

مستخدمة العديد من التقنيات التي يتم عبرها التضليل الإعلامي، ويحددها الدكتور السعيد بومعيزة⁴ في الحذف، التعتيم الإعلامي، الإشاعات، تسميم العقول (Intoxication)، تشويه السمعة (Discredit)، المظاهرات العفوية، اللغة المزدوجة، تقسيم الأدوار، تسريب المعلومات، الرسائل والعرائض، اللغة البلاغية، توظيف الشهرة، إضفاء المصداقية، التلاعب بالصور، الأملكة (Angélisation)، مسرحة المؤتمرات الصحافية، - الأبلسة (Diabolization)، مقالات صحفية مستوحاة:، الأسلوب، التلاعب بالمصادر، المعالجة الصحفية المتحيزة، سر الآراء، الإنترنت.

فيما يحددها آخرون في التحريف، التكتيم أو التعتيم أو الحذف، التنكير، التهويل أو التضخيم، لفت الأنظار، التخويف (الإرجاف)، التجاهل، الكذب أو التشويه، قلب الصورة، الإثارة، الإيهام والتدليس، التخليط أو إثارة البلبلة، دس السم في العسل والتكرار⁵.

¹. The American Heritage Dictionary of English Language, Houghton Mifflin Company, 4th edition September 14, 2000,

². ملفن. دي فلورس-بال.روكاخ، في نظريات الإعلام، ترجمة محمد ناجي الجوهر، دار الأمل للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة أولى، 1994، ص 156.

³. JAMES H. FETZER, Disinformation: The Use of False Information, Minds and Machines Magazine, 14: 231-240, 2004, Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.

⁴. السعيد بومعيزة، مرجع سابق ص 87-115.

⁵. أبو طه المقداد، التضليل الإعلامي سياسة شيطانية للتأثير على الرأي العام، مقال

الفصل الرابع

الإعلام في زمن الحرب

المبحث الأول

الإعلام وقت التفاعلات

المبحث الثاني

الإعلام ومعالجة الأزمات

المبحث الثالث

تغطية الإعلام للحرب

الفصل الرابع

الإعلام في زمن الحرب

The Media in Wartime

مدخل (Preface):

ساهم الإعلام ضمن متغيرات أخرى في تحديد مفاهيم جديدة للحرب، وأصبحت أهمية الوجود الإعلامي أثناء الحروب تماثل أهمية المعدات العسكرية بكافة أشكالها المتطورة، بل أصبح الإعلام يلعب أحياناً الدور الرئيسي في قيام أو وقف الحروب، وأصبح الوجود الإعلامي يشكل ضغطاً كبيراً على صُناع القرار على كافة المستويات، حيث ساهمت ثورة الاتصالات في التأثير المباشر والكبير على إدارة الحرب، كما أنها ساهمت في تعبئة القوات سريعاً دون الحاجة إلى تعبئة سياسية واقتصادية، وقد تعددت ميادين المعارك بذلك المفهوم الحديث، فبعد أن كانت في مستواها الميداني (المادي) الذي تُستخدم فيه الأسلحة التقليدية وتطوراتها اللاحقة وصولاً إلى الأسلحة النووية، وصُلت إلى مستويات أخرى حتى مستوى الفضاءات الإلكترونية Cyberspace التي تلعب فيها المعلومات الدور الرئيس، كما أن الدبلوماسية شهدت تطورات مذهلة في العلاقات الدولية ما جعلها في حاجة ماسة لاستخدام النفوذ لتحقيق المكاسب، والحرب بطبيعتها الحال عمل من أعمال السياسة كما يرى بعض الباحثين.

لقد شكّلت جماعات الضغط الإعلامي Lobbying التي تحركها مصالحها الاقتصادية أدواراً مهمة في الدفع نحو الحروب، وأصبحت علاقة التأثير المتبادل بين العسكريين والسياسيين والإعلاميين هي التي تُحدد سمات مفهوم الحرب الحديثة. كما شكّلت تغطية وسائل الإعلام العالمية للحرب على العراق جدلاً دولياً واسعاً ونقطة فارقة في التساؤلات التي ظلت تُطرح حول الأدوار التضليلية والدعائية التي تمارسها وسائل الإعلام الغربي بالعموم والأمريكي على وجه الخصوص، وإلى أي مدى أسهمت تلك الوسائل في خداع الرأي العام العالمي؟، وكانت وسائل الإعلام الأمريكي قد حشدت كل إمكانياتها، ووظفت تقنيات الدعاية الحديثة في التحضير لضرب العراق في العام 2003م

كما تم استخدام تقنيات متطورة للغاية لتسويق الحرب في العراق، فالإعلام بالعموم يلعب دوراً نوعياً في تعقيد النزاعات وتأخير حلها أو العكس في تسهيلها وتسريع حسمها. يحاول الباحث في هذا الفصل المعنون بـ "الإعلام في زمن الحرب" أن يُحدد الأدوار التي تقوم بها وسائط الإتصال الحديث في الحروب والصراعات والأزمات من باب دورها البالغ في التأثير على الرأي العام، آخذاً في إعتباره تغطية وسائل الإعلام الأمريكي للحرب على العراق كونها تُشكل أنموذجاً مهماً في دراسة علاقة الإعلام بالمؤسسة العسكرية. ويقسم الباحث هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أولها يناقش "الإعلام وقت النزاعات" حيث يتم حشد وسائل الإعلام كي تلعب دوراً مؤثراً بين أطراف النزاع إما سلباً أو إيجاباً، حيث ظلت الصورة واضحة للغاية لتأثير وسائل الإعلام على تطور كثير من النزاعات الدولية، حيث عانت كثير من الأطراف من سلوك الإعلام وتأثيراته على شكل النزاع ونهايته.

ومن ثم يأتي المبحث الثاني الذي يناقش "الإعلام ومعالجة الأزمات" حيث يحاول الباحث الوصول إلى إجابات حول المعالجات التي تقوم بها وسائل الإعلام للأزمات، وهل من الممكن أن تسهم وسائل الإعلام في إيجاد حلول للأزمات؟، خاصة أنه في ظل الأزمات يتم تعليق القوانين والأعراف والأخلاقيات.

وأخيراً يناقش هذا الفصل في مبحثه الثالث "تغطية الإعلام للحرب" ويركز الباحث على تغطية وسائل الإعلام الأمريكي للحرب على العراق، وقد أنتجت المطابع الكثير من الدراسات التي حاولت قراءة الكيفية التي تمت بها تغطية الحرب وأساليب الدعاية Propaganda والتضليل Disinformation والتلاعب Manipulation والهيمنة (Hegemony) والقمع الخفي Violence Cachee التي تم استخدامها من قبل وسائل الإعلام.

المبحث الأول الإعلام وقت النزاعات

المبحث الأول

الإعلام وقت التفاعلات

Media at the Time of Conflicts

على الرغم من أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام تعتبر "مسألة شائكة نسبياً ولعل الصعوبة التي يواجهها الباحثون في الجرم بمدى تأثير الإعلام على المستقبلين بصورة واضحة وقاطعة ترجع لأسباب تتعلق بالاتصال الجماهيري نفسه"¹، فإنه من المرجح أن الاقناع واحد من أهداف ووظائف وسائل الإعلام، خاصة إذا أخذنا في الاعتبار تعريف أرسطو للاتصال في دراسته لعلوم البلاغة والخطاب Rhetoric أو الاتصال Communication، فقد عرّفه بأنه "البحث عن كل الوسائل المتاحة للإغراء أو الاقناع..." "The search for all the available means of persuasion"².

لذلك فإن أسلوب الإغراء أو الاقناع هو ما يُحدد الأهداف التي تسعى خلفها وسائل الإعلام، خاصة وسائل الإعلام الدولية التي يتحدد منهاجها فيما تسعى إليه بعض الدول لتحقيق استراتيجياتها الدولية الساعية للهيمنة، والقراءة المتأنية للرسائل المضمنة داخل الخطاب الإعلامي الموجه هي التي تُحدد سلبية أو إيجابية تلك الرسائل بالنسبة للكيفية التي تم تناول النزاع المعني فيها بين طرفيه.

و"يوضح بيلجر "Pilger" أنه خلافاً للدول الشمولية، غالباً ما تأخذ عملية التكييف الضيقة للمعلومات والرأي في الإعلام "الحر" شكلاً مأكراً، فرواياته تتشابه على نحو متضمن وراسخ، ولكنها تُحظى بالاطراء على أساس أنها "موضوعية" و"متوازنة"، هذا الواقع يجعل قراءة ما بين السطور أمراً صعباً بينما يجعل الدعاية السياسية أكثر فاعلية بكثير مما كانت عليه الدعاية السياسية المماثلة في الحرب الباردة"³.

¹. معصم بابكر، الإذاعات الدولية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 1999م، ص 5.

². علي محمد شمو، الاتصال الدولي وتكنولوجيا الاتصال الحديث، دار القومية العربية للثقافة والنشر، بدون تاريخ، ص 37 - 38.

³. نيتز بونج وبيتر جيسر، الإعلام والمؤسسة العسكرية، مرجع سابق، ص 24.

لا بد لنا من أجل الإجابة على التساؤل المتعلق بـ "إلى أي مدى يلعب الإعلام دوره في أوقات النزاعات إن كان سلباً أو إيجاباً؟"، أن ننظر في العملية الاتصالية بعمومها ووظائفها Communication Functions خاصة إذا كان "الأثر Effect هو نتيجة الاتصال".

والاتصال Communication بالعموم، كما يرى ويلبر شرام (Wilbur Schramm)، يأتي من الكلمة اللاتينية communis والتي تعني المشترك "Common" ويقول شرام (Schramm) "وعندما نقوم بالاتصال مع شخص آخر فإننا نحاول أن نتشارك معه في المعلومات والأفكار والقضايا"¹، وتكون الحاجة للمعلومات وقت النزاعات مهمة للغاية كونها تساعد في توضيح الصورة العامة للنزاع القائم "وتزداد الحاجة إلى المعلومات في كل أوجه النشاط الإنساني، فالتناس يطالبون المعلومات الدقيقة والمناسبة والموثوق فيها والحديثة والمتاحة بسرعة"².

كما أن المعلومات تساعد كذلك في اتخاذ القرار السليم وقت النزاعات "ويتجلى صراع الإنسان من أجل حاضره ومستقبله في حاجته الدائمة إلى اتخاذ القرارات السليمة، وتتوقف صحة القرارات على مدى توافر المعلومات المتصلة بالمشكلة المطروحة، ومن هنا يكمن الدافع الأساسي وراء حرص الإنسان على تجميع المعلومات المرتبطة بالإنجازات السابقة وأهمية تنظيمها"³.

ولا شك أن تداول المعلومات يُعتبر واحداً من أهم الوظائف التي يقوم بها الاتصال Communication Functions بالإضافة إلى وظائف أخرى لا تنفصل من الأسس العامة للكيفية التي تقوم بها وسائل الإعلام كي تلعب دورها المؤثر أوقات النزاعات إن كان سلباً أو إيجاباً، آخذة في ذات الوقت خصائص الجمهور المستهدف Characteristics of the target audience، خاصة أن تلك الوظائف "ليست مفصولة عن بعضها البعض فصلاً حاداً كما قد يتصور بعض الدارسين .. فهي في كثير من الأحيان متداخلة ..."⁴.

¹. Wilbur Schramm, How Communication Works, Mass media & society, By Alan Wells, Ernest A. Hakanen, (Ablex, 1997), p. 51.

². حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الثالثة، مارس 2003م، ص 28.

³. نفس المرجع السابق، ص 28.

⁴. علي محمد شمو، الإتصال الأساسيات والمهارات، مطبعة سولو، الخرطوم، الطبعة الأولى، فبراير 2006م، جامعة السودان المفتوحة، ص 42.

ونسبة للدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام وقت التفاعلات فقد ركزت "اليونسكو" جهودها على الجوانب الإنسانية والفكرية لبناء السلام عبر أربعة أعمدة أساسية: التربية والثقافة والعلم والاتصال. وبات واضحاً أن العمل في هذه الميادين كان مهماً لكسر دورات النزاع والحيلولة دون عودتها.

وتشير وقائع وأرقام منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو UNESCO) إلى أن هناك 150 نزاعاً نشب منذ 1945م، في كل القارات مما أدى إلى وقوع 20 مليون قتيل و 60 مليون إصابة. في الحرب العالمية الأولى، شكل المدنيون 5% من الضحايا، وارتفع الآن هذا الرقم إلى 80% أو حتى 90% نصفهم من الأطفال، بالإضافة إلى ذلك، يعيش اليوم أكثر من 20 مليون لاجئ و 30 مليون مهجر في ظروف غير مستقرة، 60% منهم على الأقل من الأطفال¹.

والنزاع، كما يُشير المعجم الوسيط، من (انتزع) الشيء انقلع وعن الشيء، امتنع والشيء اقتلعه واستلبه وللصيد سهماً رماه به، (تزع) إلى الشيء تسرع إليه والشيء اقتلعه، (تنازع) القوم اختلفوا ويقال تنازعوا في الشيء وتجادبوه، (المتزعة) الخصومة ومكان نزاع الشيء وقوة عزم الرأي والهمة ويقال هو بعيد المتزعة بعيد الهمة وشراب طيب المتزعة لذيد الطعم، (المتزعة) الخصومة، (التزاعة) الخصومة².

كذلك "يعرّف النزاع Dispute في دوائر المصادر اللغوية بأنه "إعطاء أسباب أو حقائق لتأييد أو معارضة شيء ما"، أو أنه "المنافشة"، أو المجادلة، أو السجال حول شيء ما أو بخصوصه". كذلك يدور النزاع حول، أو على، أو مع شيء ما، خاصة عندما يكون النزاع غامضاً، وممتداً لفترات طويلة. كما يعرف النزاع أيضاً بأنه "جدال أو شجار - يكون بصفة خاصة ذا طبيعة رسمية - بين جماعة أو منظمة، وبين جماعة أو منظمة أخرى". أما في الأدبيات المتخصصة، فإن النزاع يتم تعريفه بأنه "تعارض في الحقوق القانونية قد تتم تسويته بالتوصل إلى حلول قانونية وسياسية". كما أنه يفترض أيضاً وجود طرفين أو أكثر يعترفان بوجود الاختلافات والمشكلات بينهما من جانب، وأن يبدى أحد هذه الأطراف

1. نص إعلامي من الموقع الرسمي لليونسكو تقدم لموضوع "حرية المعلومات والصحافة" المأخوذ خلال 2006م من احتفالات الذكرى الستين لتأسيس اليونسكو

07/05 / 04- الأسبوع الرابع والثلاثين.

2. إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، مرجع سابق، الجزء الثالث، ص 606.

على الأقل استعدادده ورغبته في حل المشكلة. على ضوء ذلك، فإن النزاع يشير إذاً إلى موقف صراعى تواجه أطرافه أحد موقفين أحدهما قابل للتفاوض، بينما الآخر لا يحتمل التوفيق، ومن هنا كانت أهمية وحيوية البحث عن إطار لتحليل وحل المشكلة موضع النزاع، وفي هذه الحالة، فإن مفهوم النزاع هنا إنما يشير إلى الأسلوب أو الطريقة التي يتناول بها متخصصو العلوم الاجتماعية الحديث عن الإجراءات القانونية، وشبه القانونية والمؤسسية المتعلقة بتسوية أو حل النزاع من جانب، كما أن منظور النزاع بهذا المعنى إنما يحول الاهتمام عن الأبنية وعن القواعد الرسمية إلى عمليات الصراع، ومظاهرها، وأفعالها¹. وعلى الرغم من أن "هناك الكثير من الدراسات، خصوصاً في عالم الأعمال، التي تركز الاهتمام على التأثيرات النافعة للنزاع، ومن ضمنها: جعل الناس يدركون المشاكل، وتخفيف التغيير الضروري، وتحسين الحلول، ورفع المعنويات، ورعاية تطوير القدرات الشخصية، ورفع مستوى الوعي الذاتي، وتحسين النضج النفسي"²، فإن هناك تأثيرات سلبية يتركها النزاع بسبب التدخلات المنحازة لطرف دون آخر بين طرفي النزاع من قبل وسائل الإعلام خاصة الدولية منها، والتي لا يهتمها كثيراً التركيز أو الدفاع عن قيم التعايش السلمي والتفاهم الحر، ذلك أن الإعلام يدخل ضمن ميادين الخطط الاستراتيجية التي يديرها القادة على مستوى صراع الإرادات في الحرب النفسية، مع الميادين الأخرى السياسية والعسكرية في أوقات النزاعات، خاصة أن الرسالة التي تحملها وسائل الإعلام هي مضمون السلوك الاتصالي الذي تسعى عبره للهيمنة في أوقات النزاعات، وكيفية تسيير دفة النزاع نحو أهداف استراتيجيات الصراع الدولي، "ولا يزال هناك من يتمسك بأنه من حق المواطن والإعلام الطبيعي حشد القوة دفاعاً عما يدّعي أنها المصالح المشتركة للأمن والبقاء في أي نزاع... فالنظرية السياسية الراهنة لم تتقدم إلى أبعد من الحجة التي تجاوزها الزمن، والتي تؤكد على أن الدولة تكتسب أولوية قصوى في وقت الحرب أو النزاع"³.

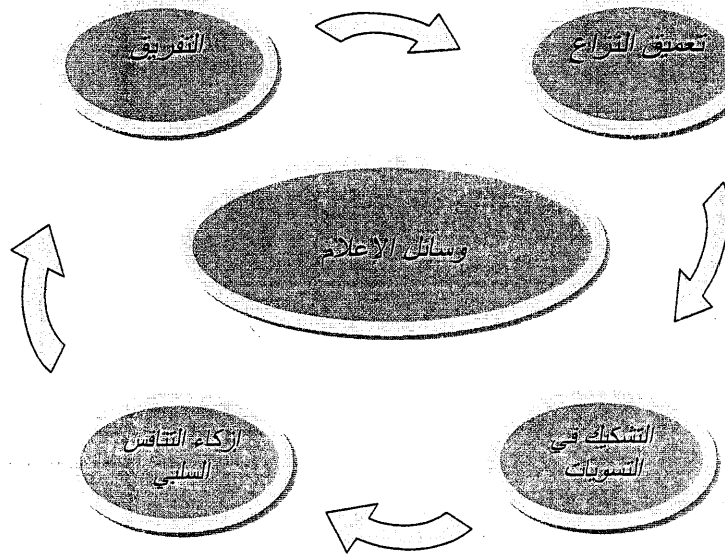
1. منير محمود بدوي، مفهوم الصراع: دراسة في الأصول النظرية للأسباب والأنواع، مجلة دراسات مستقبلية، العدد الثالث يوليو 1997م، مركز دراسات المستقبل — جامعة أسيوط — مصر.

2. سالم أحمد، حول مفهوم النزاع... تحليل أسبابه ومراحله، صحيفة طريق الشعب، العدد (141) السنة (73)، الخميس 13 مارس 2008م.

3. بيتر بونج وبيتر جيسر، الإعلام والمؤسسة العسكرية، مرجع سابق، ص 21.

تلعب وسائل الإعلام أدواراً مؤثرة للغاية في وقت النزاعات المختلفة، فهي إما أن تكون توجهاتها في إدارة الأزمة توجهات سلبية لأطراف النزاع، أو توجهات إيجابية للنزاع في ذاته، ما يفتح الباب أمام إيجاد حلول لكلا طريفي النزاع. ويرى الباحث أن الإدارة السالبة للنزاع من قبل وسائل الإعلام تتأسس وفقاً لأربعة محددات أساسية متفاوتة.

الشكل رقم (1) يوضح الإدارة السالبة للنزاع من قبل وسائل الإعلام



أولاً: تعميق النزاع (Deepening conflict):

إذا كانت النزاعات تنشأ "من اختلالات في العلاقات، نتيجة التفاوت في المكانة الاجتماعية، والتفاوت في الثروة وامكان الحصول على الموارد، والنفوذ غير المتكافئ. وهو ما يؤدي الى حدوث مشاكل مثل التمييز والبطالة والفقر والاضطهاد والجريمة. ويرتبط كل مستوى بالمستويات الأخرى، فتتشكل سلسلة من القوى يمكن أن تمارس تأثيراً هائلاً إما في اتجاه تغيير بناء أو عنف مدمر"¹، فإن وسائل الإعلام تعمل على تجاهل النزاع خاصة في بداياته الأولى حيث في الإمكان تفاديه، وتختار وسائل الإعلام في هذا الوقت فتح باب الجدل وتتبع القضية موضوع الاختلاف.

¹. سالم أحمد، المرجع السابق.

ثانياً: التفريق (Differentiating):

وفي الأوقات التي يوجد فيها تخاصم بين طرفي النزاع، فإن بعض وسائل الإعلام تعمل على عدم التطرق للنقاط التوفيقية بينهما، وتوفر كافة المعلومات والنقاشات التي من شأنها التفريق بين طرفي النزاع.

ثالثاً: التشكيك في التسويات (Questioning of the Settlements):

كما تعمل وسائل الإعلام الساعية لخدمة أهداف الاستراتيجيات الإستعمارية للتشكيك في أي تسويات يمكن أن يقوم بها أي طرف من طرفي النزاع أو الأطراف الساعية لوضع الحلول للنزاع، وتحاول بقدر الإمكان أن لا يتعاون الطرفان للوصول إلى نقاط اتفاق بينهما.

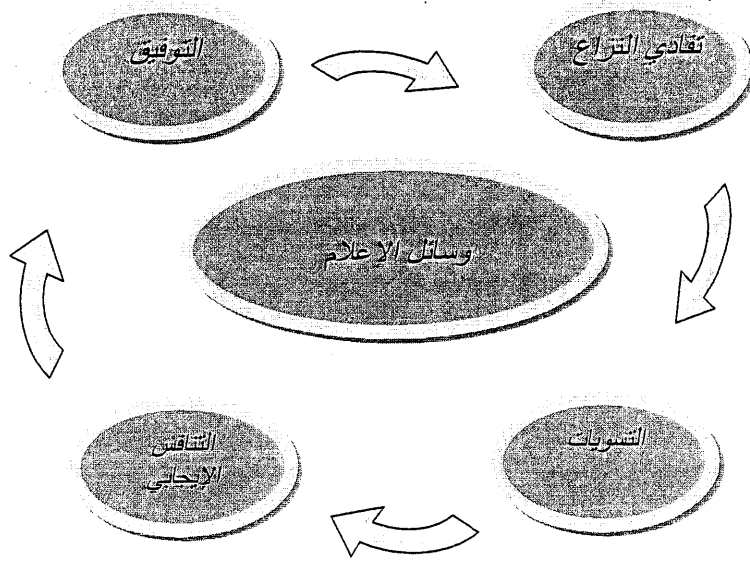
رابعاً: إذكاء التنافس السلبي بين طرفي النزاع (Raising competition negative):

وما يزيد من شدة التنافس بين الأطراف التي يدور بينها، قيام البعض بإذكاء التنافس السلبي كي تكون الغلبة لطرف دون الآخر في النتيجة النهائية للنزاع.

بل وتسعى بعض وسائل الإعلام لتحويل النزاع إلى حرب تُستخدم فيها القوة من أجل غلبة طرف دون الآخر، خدمة لأهدافها الخاصة التي لا تأخذ في اعتبارها أهداف المجتمع الذي يجري داخله النزاع.

أما فيما يتعلق بالإدارة الإيجابية للنزاع من قبل وسائل الإعلام فيرى الباحث أنها تقوم على أربعة محددات أساسية متفاوتة.

الشكل رقم (2) يوضح الإدارة الإيجابية للنزاع من قبل وسائل الإعلام



أولاً: تفادي النزاع (Avoid conflict):

المحدد الرئيسي للإدارة الإيجابية للنزاع من قبل وسائل الإعلام تقوم على تجاهل النزاع بقدر الإمكان، أو تقوم بالتنازل الإيجابي للتفاوتات في حال وجودها بين الأطراف إبعاداً للمشاكل التي يمكن أن تنشأ في حال التركيز على تلك التفاوتات، وتختار وسائل الإعلام الكف عن الجدل والمناقشة، وعدم تتبع القضية موضوع الاختلاف، خاصة في الحالات التي يتوفر فيها تجانس بين طرفي النزاع.

ثانياً: التوفيق بين طرفي النزاع (Reconcile the parties to the conflict):

وتتطرق وسائل الإعلام في الحالات التي يكون فيها هناك تجانس بين طرفي النزاع للنقاط الموحدة بينهما، وتوفر كافة المعلومات والنقاشات التي من شأنها التوفيق بين طرفي النزاع. كما تقوم بجمع وبث المعلومات غير منحازة، والمساهمة في تسهيل بناء السلام وعملية المصالحة، في حال حدوث التنازع بين الأطراف.

ثالثاً: تبني استراتيجيات التسوية (Settlement strategies):

تعمل وسائل الإعلام في ظروف النزاع وما بعد النزاع للمساهمة في وضع الحلول واستراتيجيات السلام بدلاً من ترك مناطق النزاع لصالح الشائعات، كما تسعى لدفع أطراف النزاع نحو التعاون لوضع التسويات التي من أجلها وضع نهاية للنزاع.

رابعاً: إذكاء التنافس الإيجابي بين طرفي النزاع (Positive competition):

كما أن إذكاء التنافس الإيجابي بين طرفي النزاع يمكن أن يوفر الأجواء المناسبة للتنافلات التي يمكن أن يقدمها طرف دون الآخر للوصول إلى نقاط اتفاق بينهما.

المبحث الثاني الإعلام ومعالجة الأزمات

المبحث الثاني

الإعلام ومعالجة الأزمات

Media and Crisis Handling

شكلت أزمة انتشار الصواريخ السوفيتية في كوبا البداية الأولى لعصر "إدارة الأزمات" في العلاقات الدولية، "وكانت حينها أول أزمة يواجهها الرئيس الأمريكي جون كينيدي (John F. Kennedy) بعد أسابيع من دخوله البيت الأبيض عام 1962م، حيث هددت بمواجهة نووية بين القوتين الأعظم لأن الصواريخ السوفيتية أصبحت في كوبا في بطن الولايات المتحدة، وهذا أمر خطير لأن القوة العظمى لا تقبل من يلعب في بطنها بأي حال من الأحوال وأديرت الأزمة وفتحت القنوات ثم انتهت على أساس الحلول الوسط بقبول الإتحاد السوفيتي سحب الصواريخ من كوبا وتعهد الولايات المتحدة ألا تعمل على تغيير النظام هناك وصرح روبرت ماكنمارا (Robert McNamara) وزير الدفاع الأمريكي في ذلك الوقت عقب انتهاء الأزمة "لقد انتهى عهد الإستراتيجية وبدأ عصر إدارة الأزمات (Crisis management)"¹.

تفيد الأزمة (Crisis) في اللغة معنى الضيق والشدة، يقال أزمّت عليهم السنة أي: أشدت قحطها. وتأزم، أي: أصابته أزمة². أما معجم ويبستر Webster Dictionary فيشير في تعريفه للأزمة إلى أنها "نقطة تحول إلى الأفضل أو الأسوأ. وهي لحظة حاسمة، أو وقت عصيب. أي وضع وصل إلى مرحلة حرجية"³.

وفي ظل التغيرات التي يشهدها العالم على كافة المستويات، والتداخلات العميقة بين العلوم المختلفة، ونتيجة لشمولية طبيعة مفهوم الأزمة واتساع استخدامه في عدد من العلوم، والاختلاف في السياقات التي يرد فيها، فقد اختلف الباحثون في تحديد تعريف واحد متفق عليه على مستوى التعريف المصطلحي لمفهوم الأزمة.

ومن تلك التعريفات ما أورده محمد رشاد الحملاوي من أن الأزمة هي عبارة عن "خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام كله كما أنه يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام"⁴.

¹. أمين هويدي، التحولات الإستراتيجية الخطيرة - البيروسترويكيا وحرب الخليج الأولى، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الأولى، 1997م، ص 131.

². إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، مرجع سابق، الجزء الثالث، ص 606.

³. Gove, ph & othesr (1981) Webster Third New International Dictionary. Massachusetts : Merriam Webster Inc.

⁴. محمد رشاد الحملاوي، إدارة الأزمات - تجارب محلية وعالمية، دار أبو المجد، القاهرة، 1993م، ص 13.

ويعرفها أليستار بوخان (Alustar Buchan) بأنها عبارة عن تحد مرتب ورد فعل مرتب بين طرفين أو عدة أطراف يحاول كل منهم تحويل مجرى الأحداث لصالحه، أما كورال بل (Coral Bell) فتعرفها بأنها ارتفاع الصراعات إلى مستوى يهدد بتغيير طبيعة العلاقات بين الدول¹. فيما يرى أمين هويدي أنها "مجموعة من التفاعلات المتعاقبة بين دولتين أو أكثر تعيش في حالة صراع شديد يصل أحياناً إلى احتمال عال لنشوب الحرب ووقوعها، وفيها يواجه صاحب القرار موقفاً يهدد المصالح العليا للوطن ويتطلب وقتاً قصيراً للتعامل مع هذا الموقف باتخاذ قرارات جوهرية"².

ويعرفها عباس رشدي العماري بأنها "مرحلة متقدمة من مراحل الصراع، والصراع في أي مظهر من مظاهره وعلى أي نطاق من نطاقاته، بدءاً من داخل النفس البشرية وانتهاء بالصراعات الدولية"³.

ويرتفع عدد النزاعات والأزمات في العالم بشكل كبير، كما لم تخل دول العالم الإسلامي من الصراع البيئي منذ أربعينيات القرن العشرين، وعلى الرغم من ارتفاع شعارات الوحدة والتضامن في أرجاء كثيرة من العالم الإسلامي، وانعقاد الاجتماعات عند الأزمات لاتخاذ ما يلزم لتفاديها، فإن الواقع والأرقام تضع أمامنا بعض الحقائق عن وجود نزاعات طال عليها الأمد واتسعت رقعتها حتى أصبحت مستعصية على الحل أو تكاد ... حيث تشير الأرقام إلى أن من بين 27 دولة إسلامية في آسيا توجد نزاعات بين 21 منها، ومن بين 26 دولة إسلامية في إفريقيا هناك 16 دولة منهكة في نزاعات بينية منذ عدة عقود، وهناك 22 دولة عربية في منظومة دول العالم الإسلامي يتنازع 18 منها، وفي أمريكا الجنوبية دولتان إسلاميتان بدأتا نزاعاً إقليمياً جديداً، كما تشهد دول شمال إفريقيا نزاعات حدودية وسياسية ولا يزال بعضها يشهد مثل هذه النزاعات، وتعتبر منطقة الخليج العربي وشبه الجزيرة العربية منطقة نزاعات بينية كثيرة، أما مسلمو البلقان في أوروبا فهم الوحيدون الذين لم يدخلوا في نزاعات بينية، هناك 56 دولة في منظمة العالم الإسلامي تتنازع 37 منها بينياً، وهناك 19 دولة فقط لم تدخل في نزاع مع دول إسلامية أخرى"⁴.

¹. أمين هويدي، المرجع السابق، ص 131.

². نفس المرجع، ص 131.

³. عباس رشدي العماري، إدارة الأزمات في عالم متغير، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، الطبعة الأولى، 1993م.

⁴. إسماعيل محمد، النزاعات في العالم الإسلامي.. ضحاياها 600 ألف حتى الآن!، دراسة، الجزيرة نت، الأحد 3 أكتوبر 2004م.

وقد أعطى عدم الوصول إلى حلول لتلك الأزمات انطباعاً بفشل العالم الإسلامي في إدارة الأزمات، رغمًا عن التداخلات الكبيرة بين هذه الأزمة البينية والقوى الكبرى في العالم وعلى رأسها الولايات المتحدة، والتي تتحرك وفقاً لمصالح استراتيجياتها في العلاقات الدولية.

وعلى الرغم من كل ذلك فمن الثابت أن الثقافة التنظيمية الإسلامية قد ساهمت بنصيب وافر في علم إدارة الأزمات، وإن كان غير المسلمين قد انتبهوا إلى هذا العلم حديثاً فإن ذلك لا ينفي وجوده ضمن العلوم العربية والإسلامية فقد ذُكر في القرآن الكريم وفي السنة المشرفة وكتب عنه كُتّاب متخصصون أثروا المكتبة الإسلامية بمؤلفاتهم¹.

وقد أختار المجتمع الدولي عدداً من الخيارات لإدارة الأزمات الدولية استناداً لمضمون إدارة الأزمات والتي تعني الجهود المشتركة لمنع تفاقم الأزمات الدولية، أو التدخل لوضعها تحت سيطرة القوانين الدولية، وهذه الخيارات هي التي نصّ عليها ميثاق الأمم المتحدة وهي:

- منع الأزمات الدولية.

- حلّ الأزمات الدولية.

- قمع الأزمات الدولية².

وقد اختلف دور الأمم المتحدة في إدارة الأزمات الدولية وعلى وجه الخصوص أثناء الحرب الباردة بين المعسكر الغربي، وتمثله الولايات المتحدة الأمريكية، والمعسكر الشرقي، ويمثله الإتحاد السوفيتي السابق، ويمكن إدراج الأزمات التي شكّلت تهديداً للسلم والأمن الدوليين خلال هذه المرحلة في أنماط متعددة³:

1- الأزمات التي اندلعت داخل منطقة النفوذ المباشر لإحدى القوتين الأعظمين وأصبح هذا النوع من النزاع خارج إطار نطاق نفوذ قدرة الأمم المتحدة على إدارته أو التأثير الفعال على مساره وتحول إلى ميدان محجوز للمعالجة داخل الأطر الإقليمية أو الدولية التي يهيمن عليها كل من حلف وارسو (المنظومة الاشتراكية) والإتحاد السوفياتي أو الدول التي تدور في فلكه السياسي وفي مدار نفوذه إن في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية، أو حلف الناتو ومنظمة الدول الأمريكية (المنظمة الإقليمية)، وكذلك الدول التي تدور في فلك الولايات المتحدة في معظم أرجاء المعمورة.

¹. سوسن سالم الشيخ، إدارة ومعالجة الأزمات في الإسلام، دار النشر للجامعات، مصر، الطبعة الأولى، 2003م، ص 7.

². كمال حماد، النزاعات الدولية: دراسة قانونية دولية في علم النزاعات، بيروت، الطبعة الأولى 1998، صفحة 64.

³. كمال حماد، النمط الاستراتيجي الأمريكي في إدارة الأزمات الدولية، مجلة الدفاع الوطني اللبنانية، العدد 43، يناير 2003م.

2- الأزمات التي كانت إحدى القوتين الأعظمين طرفاً مباشراً فيها (كالأزمة الأفغانية بالنسبة لتورط الإتحاد السوفييتي فيها) و(الأزمة الفيتنامية بالنسبة لتورط الولايات المتحدة فيها). وقد استحال على الأمم المتحدة طوال فترة الحرب الباردة إمكانية إيجاد تسوية للأزميتين ضمن أروقتها، أو أن تلعب فيها أي دور حاسم.

3- الأزمات الأخرى، أي تلك التي دار مسرحها الرئيسي خارج مناطق النفوذ المباشر لإحدى القوتين الأعظمين ولم يكن أيٌّ منهما طرفاً مباشراً فيها.

ويبدو أن هذا هو النمط الوحيد من أنماط الأزمات الدولية الذي سُمح للأمم المتحدة أن تلعب فيها أدواراً اختلفت أشكالها من أزمة إلى أخرى (جهود وساطة، لجان توفيق، مساع حميدة، لجان تقصي حقائق، قوات طوارئ دولية) كما اختلفت فاعليتها من أزمة إلى أخرى.

وفي ظل الأزمات الدولية المتصاعدة بكثرتها وتنوعها، إن كانت على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الثقافي، تبرز أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام سواء في خلق الأزمات أو المساهمة في تفاقمها أو حلها. وتباين الرأي حول أهمية وطبيعة وحدود وإمكانيات الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام ما بين إنتقاد قاس، وما بين مديح مغال فيه، وما بين التيارين تغيب الحقائق العلمية حول الأدوار والمهام والحقائق والوظائف والإمكانات التي تتمتع بها وسائل الإعلام في إدارة الإزمات ومعالجتها.

ويحاول الباحث هنا النظر في تباين هذه الحقائق وعرض تجارب واقعية حول إدارة وسائل الإعلام الدولي وخاصة الأمريكية للأزمات التي تشهدها المنطقة الإسلامية والعربية، وكذا استشراف إطار ومحددات عامة تحدد الأساليب العلمية الواجب توافرها في التعامل مع الأزمات إعلامياً، وموقع ومكانة وسائل الإعلام في معالجة وإدارة الأزمات.

خاصة أن "أهمية وسائل الإعلام تنعكس عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها"¹.

"فالعديد من الدراسات تؤكد أن قلة المعلومات المتاحة عن الأزمة تؤثر بالسلب على مختلف الأطراف، وتزيد من حالات الذعر والخوف من تداعياتها"².

¹. حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، يناير 2005م، ص 146.

². نفس المرجع ص 145.

كما أن "التجربة الإنسانية تؤكد علي أن غياب المعلومات أو نقصها وكذا عدم دقتها، كانت دائماً العامل المشترك في اتخاذ القرارات غير السليمة المؤدية إلى الاخفاق والفشل في إدارة تلك الأزمات، ولعل المعلومات غير الدقيقة التي قدمها السفير الأمريكي قبل اندلاع الثورة الإيرانية عام ١٩٧٩م، وكذا المعلومات التي قدمها السفير البريطاني قبل نشوب أزمة فوكلاند عام 1982م، كانت من وراء اخفاق إدارة دولتيهما لتلك الأزميتين، والإضرار بمصالحهما، ونفس الشيء كان من وراء نجاح إدارة أزمة الصواريخ عام ١٩٦٢م لصالح الولايات المتحدة"¹.

ويرى الباحث أنه لا بد قبل عرض تجارب واقعية حول إدارة وسائل الإعلام الدولي وخاصة الأمريكية للأزمات التي تشهدها المنطقة الإسلامية والعربية، أن نُشير إلى الصورة الذهنية المثبتة لدى الرأي العام الأمريكي - مثلاً - حول المسلمين والعرب، فهناك على العموم آراء سلبية عنهم، وهناك فكرة ثابتة في عقول الأمريكيين، صورة عامة مشوهة وغير صحيحة وإن كانت غامضة، وهي سلبية دائماً تُتناخم العنصرية أحياناً، وبالتالي فإنه في حال حدوث أزمة ما في أي بلد من بلدان العالم الإسلامي والعربي فإن القوالب الذهنية في العقول تتحرك فتستحضر يُيسر ويمسي المسلمون والعرب هدفاً سهلاً، مواتياً و/أو مفيداً... لذلك فإن هذه الصورة السلبية التي يحملها الأمريكيون عن العرب والمسلمين تسهّل على أي معادٍ للعرب أن يستثير مشاعر الجمهور ضدهم أو ضد أي زعيم أو قطر أو شعب عربي. يستغل الصهاينة هذه الحالة بالتأكيد، كما يستغلها رجال السياسة الأمريكيون والطاحون بالمراكز السياسية ورؤساء الجمهورية الأمريكيون في سعيهم لتطبيق سياسات معينة².

ومن هنا يتحدد دور التضليل الإعلامي. ومحاولات السيطرة على الرأي العام خاصة في أوقات الأزمات التي تحدث في العالم الإسلامي والعربي، إذا ما أخذنا في الاعتبار الملاحظة التي وضعها "جورج جيربнер (George Gerbner)، في مقال له بمجلة "سينتيفيك أمريكان" (Scientific American)، أن السؤال الحقيقي لا يتمثل فيما إذا كانت أدوات الاتصال الجماهيري حرة أم

¹. عادل فتحي ثابت، أثر المعلومات علي إدارة الأزمات السياسية، مع التطبيق علي أزمة العدوان الإسرائيلي علي غزة ديسمبر

٢٠٠٨م، بحث مقدم لمؤتمر مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: استطلاعات الرأي العام في عالم متغير، القاهرة، 8-10 نوفمبر

2009م، ص 1.

². ميخائيل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، ترجمة عطا عبد الوهاب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة

الثانية، أغسطس 2000م، ص 16.

لا، وإنما يتمثل في كيف، ولأي هدف، وعن طريق من وبأي نتائج مترتبة تتم ممارسة عمليات التوجيه والسيطرة التي لا محيد عنها؟¹.

حيث تجرى المحاولات الجادة والكبرى من قبل الفضائيات والصحف الغربية والأمريكية من أجل رسم واقع للأزمات بشكل مختلف عن الوقائع الحقيقية كما جرت، خدمة للأهداف الاستراتيجية لتلك المؤسسات الإعلامية التي غالباً ما تكون جزء من مؤسسات مالية تعمل في مجالات التصنيع الحربي وتوريد العتاد للجيش الأمريكي، كما هو الحال مع شركة جنرال إلكتريك المالكة لشبكة NBC، وفي فرنسا شركة ماترا Matra التي تصنع الأسلحة وترتبط بشركة هاشيت Hachette التي تسيطر على إذاعة أوروبا رقم 1 وعلى قناة التلفزيون الخامسة. لهذا فإن وسائل الإعلام الأمريكية تتمتع بتمويل ضخم جعلها تحتل مكانة مميزة في كافة أركان المعمورة، وأصبحت جاذبة ليس للرأي العام فحسب بل حتى النخب الحاكمة في كل العالم التي أصبحت تهتم بمتابعة نشرات الأخبار في تلك الوسائل أول بأول كون معلوماتها التي يتم تحديثها على مدار الساعة تمثل تداخلات سياسية ومخابراتية، "وكانت أزمة باناما مختبراً، لشبكة CNN الأمريكية، حيث صرّح أمين سر البيت الأبيض بأنه تابع الانقلاب الفاشل ضد الجنرال نوريغا (General. Noriega) على شاشة CNN، التي كانت تعرف أكثر من المخابرات المركزية الأمريكية... ثم وجه الرئيس بوش خطابه إلى السيد نوريغا وإلى البنميين عبر CNN. وفي العام 1989م اتصل مسؤولون سوفيت بمكتب CNN في موسكو بدلاً من السفارة الأمريكية ليتأكدوا من أن قوات الولايات المتحدة غزت بنما. ثم استخدموا الشبكة نفسها لإعلان رد فعلهم الرسمي على الغزو"².

ومن شأن هذا الوجود الطاغي والقدرة المفتوحة على الوصول إلى المعلومات والأماكن في ذات لحظات وقوع الأزمات، أن يوفر الأسباب لهذه الوسائل كي تعمل على تحريف الواقع وتزييف الوعي عبر التدخل المباشر في الوقائع، وقد حدث ذلك بصورة ظاهرة في الأزمة التي حدثت في العام 1989م نتيجة احتشاد آلاف الطلاب الصينيين في ميدان "تيان آن مين" (Tian'anmen Square) في قلب العاصمة بكين للمطالبة بالديمقراطية واحتجاجاً على حكم الحزب الشيوعي الذي يحكم البلاد منذ العام 1949م، "ففي الوقت الذي كان الطلاب فيه يواجهون الدبابات بإسم الحرية، كانت شبكة CBS تخوض بإسم السبق الإعلامي معركة أقل بطولة بما لا يُقارن.

¹. هيربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص 35.

². يافيس ايودس، شبكة CNN في مواجهة منافسيها، من كتاب نظام التضليل العالمي، مرجع سابق، ص 87-88.

فالمنافسة بين الشبكات كانت قوية، وكان من الواجب اختراع الحدث وهذا ما فعلته هيئة تحرير الأخبار في CBS بإدارة دان راذر Dan Rather يُحفزها شعور قوي بأهمية "الطفرة" أي إعادة حدث مضى يحسدها عليه أكثر المسرحيين براءة فبعد أن أعلنت السلطات الصينية نيتها بإلغاء نقل المشاهد عبر أقمار الاتصالات، اشترت CBS آخر فترة بث متاحة. ولم تفعل ذلك لإعلام المشاهدين بما يجري على الأرض، بل لإبراز دور "الوسيط" أي الشبكة الناقلة. واتفق دان راذر Dan Rather المذيع وجون شيهان J. Sheahan المراسل الموجود في الصين، من أجل خدمة القضية - قضية نشرة أخبار CBS وليس قضية الديمقراطية -، على إعادة تمثيل مشهد جرى بالفعل ولكن قبل أسبوع. حين اعترض بعض الرسميين الصينيين مراسل الشبكة ومنعوه من متابعة التصوير في بكين. ورتب المراسل الأمر للتدخل مباشرة على الهواء خلال نهاية الفترة الباقية للبث عبر أقمار الاتصالات، وذلك أثناء نشرة أخبار المساء. وكان قد بقي وقت قصير جداً، حين توقفت الصورة. واعتقد المشاهد الأمريكي أن الأمر جرى كما لو أن أحداً ما في بكين قد قطع بث الصورة. وفي اللحظة نفسها قطع المذيع في - الاستديو - الاتصال الذي كان يجري فعلاً بشكل عادي تماماً. أنه عمل صائغ ماهر .. وبعد عدة أيام صرّح منتج النشرة قائلاً: لقد وقّتنا الأمر بدقة بالغة، حيث يتم قطع البث عبر قمر الاتصالات في اللحظة المناسبة أثناء عرض التحقيق، وهكذا، عندما كانت "تمثل" مأساة في بكين لم تلق نجاحاً مطلقاً، كانت شبكة CBS تقدم نسخة أخرى نابضة بالحياة¹.

وليس هذا الأمر بغريب على شبكة CBS فهي لا تمثل نفسها بقدر ما تمثل شركات المجمّع العسكري الصناعي التي تأتيها نفقاتها منها؛ فهي تتبع لشركة جنرال إلكتريك التي لديها مساهمات كبرى في مجال تصنيع الأسلحة الذرية وتصنيع قطع الغيار لمنظومات الأسلحة المتطورة التي استخدمتها الولايات المتحدة في حرب الخليج.

لذلك فإن كافة المعالجات التي تقوم بها وسائل الإعلام الأمريكي خاصة الأزمات المتعلقة بالعالم الإسلامي والعربي يتم فيها استدعاء الصور الذهنية النمطية عن الإسلام والمسلمين، بلا أدنى شك، وقد "تعجب كثيرون من الطريقة التي عاجلت بها وسائل الإعلام الغربية - والأمريكية منها بخاصة - حادثة التفجير الإجرامي للمركز التجاري العالمي بمدينة نيويورك في شهر فبراير 1993م. لقد سارعت بعض الصحف الأمريكية المعتبرة إلى نشر خبر القبض على أحد المتهمين في الحادثة - وهو عربي مسلم - قائلة بالبنط العريض: "القبض على إرهابي مسلم"!

¹. موني بيرو، إخراج الواقع، من كتاب نظام التضليل العالمي، مرجع سابق، ص 102.

وتساءل هؤلاء المتعجبون: لماذا يُخصص المسلمون وحدهم بالإرهاب؟ لقد تزامن مع هذه الحادثة أخبار المتطرف "ديفيد كوريش" الذي أحتجز عدداً من أتباعه ودارت بينهم وبين الشرطة الأمريكية معركة مسلحة سالت فيها الدماء، فلماذا لم تصفه الصحافة الأمريكية بـ "الإرهابي المسيحي"؟! ولماذا لم تطلق هذه الصحافة على ما تقوم به المليشيات الصربية في البوسنة والهرسك من فظائع وحشية ضد المسلمين الآمنين وصف "الإرهاب الأرثوذكسي"؟! ولماذا لم يتحدث الإعلام الغربي عن حوادث العنف التي تقوم بها الجماعات الأيرلندية في بريطانيا في إطار "الإرهاب الكاثوليكي"؟! بل لماذا تصم هذه الوسائل ما قامت به العصابات الهندوسية المتطرفة من هدم للمسجد البابري وترويع المسلمين في الهند بـ "الإرهاب الهندوسي"؟!¹.

وتنطبق ذات المآخذ على الإعلام الأمريكي في معالجته لأزمة الصراع العربي - الصهيوني، "ولعل إحدى النواحي المؤسفة للصحافة الأمريكية في تغطيتها أحداث عام 1967م في الشرق الأوسط كانت في عرضها للقضية كتزاع عربي (إسلامي) - يهودي ... واستخدمت الصحف الأمريكية طرقاً مختلفة للحط من العرب أو من وجهة نظرهم ابان مساعدتها لقضية إسرائيل. فقد نشرت صحيفة نيويورك تايمز (28 مايو) مثلاً في الصفحة الأولى وبأحرف كبيرة هذين العنوانين: (موقف مصر: مقاومة ناصر الخطرة) و(موقف إسرائيل: مسألة حياة أو موت). ونشرت مجلة لايف صورة جندي عربي خريح يتولى معالجته طبيب إسرائيلي. وقد ذكرت في العدد ذاته في مقال عن خلفية الموضوع أن عدد اليهود في فلسطين بحلول الحرب العالمية الأولى 90 ألفاً ولكنها لم تشر إلى أن هذا العدد يشكل 10 بالمائة فقط من مجموع عدد السكان. ثم تقول في سنة 1947م ارتفع عدد اليهود في فلسطين إلى 600 ألف نسمة. ولكنها لم تشر مرة أخرى إلى أن السكان العرب يمثلون ثلثي مجموع عدد سكان فلسطين. وبينما ذكرت الصحف الأمريكية أن الكونت برنادوت، الوسيط الدولي اغتيل على يد الإرهابيين فإنها تعمدت تجاهل نشر الحقيقة وهي أن الإرهابيين كانوا من الصهيوينيين².

وفي إطار أزمة العدوان الصهيوني على قطاع غزة في الفترة من 27 ديسمبر 2008م حتى 18 يناير 2009م، فإن وسائل الإعلام الأمريكية، التي يسيطر على نصفها اليهود، لم تركز على تلك الأزمة بشكل كبير، وقد "كشفت مركز أبحاث (بيو) - وهو مركز أمريكي متخصص في مجال الأبحاث

¹. عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام الغربي، القاهرة، الطبعة الثانية 1993م، ص 7.

². ميخائيل سليمان، مرجع سابق، ص 63.

واستطلاعات الرأي المتعلقة بالإعلام - أن كلاً من وسائل الإعلام الأمريكية والأمريكيين غير مهتمين بالأوضاع في غزة، وأن اهتمام الأمريكيين مُنصبٌ على ما بعد انتخابات الرئاسة الأمريكية والأوضاع الاقتصادية السيئة في الولايات المتحدة. وقد خصصت وسائل الإعلام الأمريكية أقل من 2% من تغطيتها الإعلامية لتغطية الحرب على غزة على مدار الأسبوع الأول من تلك الحرب، وأقل من 2% فقط من الأمريكيين كانوا مهتمين بالأوضاع هناك¹.

ولم تخرج وسائل الإعلام الأوروبية عن نمط التضليل في معالجتها لأزمة العدوان الصهيوني على قطاع غزة، "ففي البرنامج الصباحي الذي تبثه الإذاعة السويدية والذي يدعى (اتصل)، عبر أحد المواطنين عما يجري في غزة بمقارنته بمذابح النازيين في المانيا، فما كان من مقدم البرنامج إلا أن يقاطع المتحدث بأنه لا يجوز مقارنة ما تقوم به إسرائيل بمحارق النازية، ولم يكتف بذلك بل أصبح مدافعاً بشكل غير مباشر عن أفعال إسرائيل عبر أسئلة يوجهها إلى المتحدث ...، أما الصحف اليومية فاقترصت في أغلبها على تناول أخبار الحرب على غزة، ضمن صفحاتها الداخلية وبعناوين مختارة وبصور مفروزة مسبقاً، فلقد كانت العناوين الرئيسية والفرعية تتجنب في مضمونها إسم إسرائيل، مع الإشارة إلى حرب قائمة وقصف يجري على مناطق يقول (جيش الدفاع) إن مسلحين فيها يطلقون الصواريخ على المدنيين الإسرائيلين، ومدنيين يقتلون نتيجة انهيار منازلهم، وأطفالاً يلقون حتفهم نتيجة لذلك.

(حرب في غزة) وليس على غزة، (هجوم جوي مضاد على غزة)، (اطلاق النار لازال مستمراً بين مسلحي حماس وجيش الدفاع الإسرائيلي)، (مدنيون محاصرون بسبب اطلاق النار المتبادل)، هذه نماذج من العناوين الرئيسية والفرعية لتغطية بعض الصحف الأوروبية للحرب على غزة والتي تعكس صياغاتها الصورة المطلوب تقديمها، وبأي اتجاه، حيث أن الهجمات التدميرية لسلاح الجو الإسرائيلي، هو للرد على صواريخ حماس، وكذلك فإن المدنيون الفلسطينيون والأطفال يقتلون بسبب تبادل اطلاق النار من مناطق مدنية تستخدمها حماس، وبسبب انهيار المنازل وليس بسبب التدمير المنهجي لغارات جوية منظمة ولمناطق سكنية بكاملها، أما المحطات التلفزيونية والتي يمول جزء كبير من ميزانيتها من دافعي الضرائب الأوروبيين فلم تخرج عن هذا الاطار الا ما ندر، رغم أن بعضها أُجبر على نقل صورة أخرى مخالفة للصورة التي ينقلها مراسلوهم المتواجدون في إسرائيل أو عمان عبر عرض صور التدمير منقولة عن قنوات أخرى ومنها الجزيرة، اضافة إلى استضافة حجولة بأسئلتها لبعض المحللين المناوئين لإسرائيل².

¹. باسل النيرب، حرب غزة والتغطية الإعلامية، مقال، مجلة البيان، العدد 258، فبراير 2009م، ص 25.

². كاظم محمد، الإعلام الغربي وحروب الإبادة، مقال، القدس العربي، العدد 6135، 25 فبراير 2009م.

المبحث الثالث

تغطية الإعلام للحرب

المبحث الثالث

تغطية الإعلام للحرب

Media Coverage For War

إذا كانت "الحرب في جوهرها تبادل منظم للعنف"¹، أو كما يقول عالم الإستراتيجية الألماني كارل كلاوزفيتس (Carl Von Clausewitz) - الذي عاش في القرن التاسع عشر -، بطريقة أكثر تجميلاً، إن وظيفة الحرب هي مواصلة السياسة بطريقة أخرى، أي أن استخدام الآلة العسكرية ليس غاية في حد ذاته²، فإن أكثر الأخطار التي تواجه الذين يديرون تلك الحروب هو خطر الإعلام، وفي محاولة لاحتواء هذا الخطر في زمن الحروب تقوم الحكومات ومؤسساتها العسكرية بإطلاق قوانين الطوارئ، واستخدام الرقابة القبلية على وسائل الإعلام، فالأجواء المثيرة التي توفرها الحروب لوسائل الإعلام تجعل صوتها أعلى من الحكومات والمؤسسات العسكرية، كون الرأي العام يسعى لتلقي المعلومات ومعرفة الحقيقة منها، لا من الحكومات، التي لا تقول الحقيقة كما هي بل تسعى دوماً لتضليل الرأي العام، وتقديم تصور مختلف للواقع، فالحقيقة دوماً ليست في الصالح، طالما هناك استراتيجيات ورؤى يتم تطبيقها حتى لو تقاطعت مع سياسات بلدان أخرى.

وفي إطار سعى وسائط الاتصال كي تحقق مصالحها في ظل القيود التشريعية والأخلاقية والقيمية، التي تُحدد أطرها الحكومات، نشأت خصومة طويلة بين تلك الوسائط والحكومات تبنى حول حقوق وسائل الإعلام في مواجهة حق احترام خصوصية المواطنين، وحق وسائل الإعلام في حماية سرية مصادرها مقابل حق الحكومات في حماية أسرارها في أوقات الطوارئ والأزمات، ما يجعل الحكومات تلوّح بقوانين الطوارئ ومصادرة حقوق وسائط الاتصال.

¹. فيليب تايلور، قصص العقول، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة (256)، أبريل 2000م، ص 23.

². بحث قري، العلاقة بين الفكر والسياسة كما تظهر في نظرية صدام الحضارات، من كتاب (صناعة الكراهية في العلاقات العربية - الأمريكية)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، نوفمبر 2003، ص 172.

إن مبدأ حرية وسائل الإعلام الذي تبنته العديد من نظريات الإتصال، يتم تعليقه بلا تردد مع أول بادرة من بوادر تحول الأزمات والتراعات إلى عمل عسكري، ليس من قبل الحكومات وحدها، بل حتى الرأي العام ينحو ذات المنحى، فـ"الواقع يتمثل في حقيقة أنه في زمن الحرب - أي حرب - قد تم تجاهل هذا المبدأ من جانب الجمهور في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة، وقد أظهرت استطلاعات الرأي دعماً شعبياً طاعياً للقيود على الإعلام أثناء النزاعات المحدودة الأخيرة"¹.

وأثناء الحرب على العراق فإن "الأمر المزعج بالنسبة لوسائل الإعلام أنه عندما كان الصحفيون يجأرون بالشكوى، كان الجمهور الأمريكي يعبر عن تأييده للممارسات الرقابية التي يقوم بها البنتاغون (Pentagon). لقد قاومنا هذه القيود قدر الاستطاعة، لكن أصواتنا لم تجتمع من يسمعها. وعندما بدأت الحرب البرية النهائية كانت تغطيتها دون المستوى"².

وليس الجمهور وحده الذي يقبل بتقييد الحريات أوقات الحروب، فالعديد من المواثيق الدولية تقر ذلك الأمر بطريقة أو بأخرى، فميثاق الأمم المتحدة لحقوق الإنسان في عام 1945م ينص - في ما يتجاوز قليلاً الدعوة المفتوحة إلى الرقابة - على أن ممارسة حرية التعبير فيها "... حقوق والتزامات ربما تتوقف على شكيلات وشروط وقيود أو عقوبات كما يُحدد القانون أو تقتضي الضرورة في مجتمع ديمقراطي"، وقد جاء التوضيح نفسه في عام 1966م في ميثاق الأمم المتحدة الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ليسمح للدول على مستوى كل دولة بتجاهل الحقوق والحريات "من أجل مصلحة الأمن القومي". وقد أضفى تصديق صريح على هذه القيود في الميثاق الدولي للحقوق المدنية والسياسية تبنته الأمم المتحدة في العام نفسه على أساس "ضرورات الوضع". وفي المادة (19) من هذه الوثيقة يفرض قيد الأمن القومي على حرية "... البحث عن المعلومات ونقلها وكذلك الأفكار من كل الأنواع ... سواء شفهاياً أو عن طريق الكتابة أو الطباعة أو في شكل فني أو بواسطة أي وسائل أخرى". والمادة (4) من مسودة ميثاق الأمم المتحدة لجمع وبث الأخبار في عام 1969م التي وصفت نطاقها بأنه يتمثل في "حق

¹. بيتر يونج وبيتر جيسر، مرجع سابق، ص 20.

². بيتر آرنيت، الإعلام وحرب الخليج: رواية شاهد عيان، سلسلة محاضرات الإمارات (9)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 1997م، ص 18.

الجمهور في الاطلاع على الأشياء" تمنح قبولاً علنياً بحق الأمم في فرض الرقابة. وقد سمحت أيضاً في المادة (2) بحق أي أمة في إلغاء التزاماتها الواردة في الميثاق في زمن الحرب¹.

وبالتالي فإن واضعي العهود والمواثيق والقوانين الوطنية في الدول المختلفة أو الدولية والأممية يضعون دائماً في حساباتهم الدور السالب الذي يمكن أن تلعبه وسائط الإتصال خاصة في زمن الحروب لذلك يضعون قيوداً على عمل تلك الوسائط أثناء الحروب.

وبالنسبة للدول الغربية بالعموم والولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص فقد بدأ الوعي الكامل بالآثر الكبير لوسائط الاتصال الجماهيري على العمليات العسكرية مع تجربة حرب فيتنام (Vietnam) في العام 1965م، لذلك فقد اتخذت كافة الاجراءات اللازمة كي لا تتمتع هذه الوسائط بأي نفوذ أثناء الحروب، وذلك عبر السيطرة بالتعاون.

"لقد كانت فيتنام (Vietnam) هي حرب "التلفزيون" الحقيقية الأولى، وأول نزاع، بخلاف التدخل في جمهورية الدومينيكان (Dominican) في عام 1965م، تجد المؤسسة العسكرية فيه نفسها وهي تحاول التحكم في إعلام لم يكن يساند تورط بلاده بشكل تام، وقد كانت أيضاً أول نزاع محدود "مفتوح" انتشرت فيه أجهزة الإعلام الحديث بكل ثقلها ودون أي قيود. بدأ الإعلام الأمريكي التغطية في فيتنام (Vietnam) وهو يساند المؤسسة العسكرية بشكل عام. وبرغم ذلك، بدأت هذه المساندة تقل تدريجياً وهي تواجه بيانات رسمية عن التقدم في الحرب مغرقة في التفاوض، وكانت هذه البيانات تتناقض مع ما يراه المراسلون بأعينهم في ميدان القتال. وكان في إمكان الإعلام الحصول على هذه المعلومات البديلة التي لم تخضع للرقابة وعرضها على شاشات التلفزيون في الولايات المتحدة في غضون إثني عشرة ساعة. ونتيجة لذلك، رأى كثير من المراسلين الذين يقدمون التغطية التلفزيونية، بالإضافة إلى شركائهم الذين يساووهم في التفاني ويعملون لحساب الإذاعات والنشرات المطبوعة، أنهم يؤدون دوراً صحيحاً بكشفهم للحقيقة التي حظوا بامتياز الاطلاع عليها ولم تكن هذه الحقيقة تنقص إلا قليلاً عن الخداع على مستوى قومي.

¹. المرجع السابق، ص 21.

وتقول حجة واسعة الرواج إن الإعلام مسؤول بشكل مباشر عن فقدان الإرادة السياسية والعسكرية لمواصلة الحرب في فيتنام (Vietnam)، وعلى الرغم من ذلك نجد أن أجهزة الإعلام قد عكست الرأي العام بدلاً من أن تشكله، بينما كانت تلعب دوراً مهماً في إطلاع الأمة في الوطن على حقائق الوضع¹.

"لكن نموذج التغطية المفتوحة في فيتنام (Vietnam) لم يكن معياراً نسير عليه، لأن كثيرين من العسكريين كانوا يعززون هزيمتهم في فيتنام (Vietnam) إلى وسائل الإعلام. وهي وجهة نظر يسخر منها المؤرخون المعاصرون، الذين يعتبرون البيت الأبيض - في عهد الرئيس جونسون (Johnson) - السبب الرئيس للكارثة"².

وتنبهت الحكومة البريطانية حينما قامت حرب الفوكلاند (Falklands) إلى أهمية تأمين الدعم الشعبي لحملتها العسكرية مستفيدة من تجربة الإعلام الأمريكي في حرب فيتنام (Vietnam)، مستبعدة خيار التعاون مع وسائل الاتصال الجماهيري، لتمارس كافة إمكانات المؤسسة العسكرية في للتلاعب بالإعلام من أجل دعم أهداف الحرب.

وقد استفادت الولايات المتحدة من تجربة الفوكلاند (Falklands) في تدخلها في جرينادا (Grenada) في أكتوبر من العام 1983م، وليبدأ من هناك نظام التضليل الأمريكي واقصاء الإعلام واحتوائه.

لكن اعتماد ذلك النظام وجد معارضة قوية من قبل وسائل الاتصال الجماهيري، ونتج عن ذلك تقرير سايدل (Sidle) - نسبة إلى الجنرال وينانت سايدل (Winant Sidle) وهي هيئة من ضباط الجيش والصحافيين شكلها رئيس هيئة الأركان المشتركة الأمريكية الجنرال جون فيزي (John W. Vesey) عقب التدخل الأمريكي في جرينادا (Grenada) عام 1983، "وتميز تقرير سايدل (Sidle) بالميل نحو امتيازات الإعلام وحق الجمهور في أن يلم بما يدور من أحداث، بروابط أقرب بين الإعلام والمؤسسة العسكرية، وقد تم تنفيذ معظم توصيات التقرير، وبشكل عام اعتبر نظام الإعلام الموحد الجديد الذي تمخض عنه التقرير عملياً ويضمن المساواة"³.

¹. المرجع السابق ص 115-116.

². بيتر آرنيث، مرجع سابق، ص 6.

³. بيتر يونج وبيتر جيسر، مرجع سابق، ص 195.

وعلى الرغم من ذلك فقد تم تجاهل توصيات تقرير سايدل (Sidle) - الذي احتوى على ثماني توصيات - أثناء حملة التدخل في حرب بنما، حيث تم استبعاد وسائل الاتصال بشكل واضح ومقصود.

أما تغطية حرب الخليج الثانية عام 1991م فقد مثلت أنموذجاً للهيمنة على وسائل الاتصال، مستخدمة أساليب الدعاية Propaganda والتضليل Disinformation والتلاعب Manipulation والقمع الخفي Violence Cachee لتشكيل مرحلة متطورة للتضليل الإعلامي، وقد قامت المؤسسة العسكرية بلعب الدور الإعلامي وفقاً لما تريده هي، "وأمام غياب الإعلام الحقيقي، ظهرت التحقيقات الزائدة عن الحد مباشرة، يقدمها ضباط متقاعدون حريصون على أن يربحوا في الكويت الحرب التي خسروها في الفيتنام. وأصبح لكل شبكة تلفزيونية جنرالها المستشار الذي يقبض ألفاً وخمسمائة دولار كل يوم. وفضّلت شبكة CNN تعيين مستشار برتبة رائد. وكانت صواريخ سكود التي تسقط قريباً من المراسلين أكثر أهمية من القنابل التي تنهمر على بغداد: فالصواريخ تتيح خلق "أجواء" تلفزيونية مثيرة. وهكذا لم يتردد مراسل CNN من ارتداء القناع الواقي من الغازات مباشرة وعلى الهواء وهو يزعم بأن صاروخاً مزوداً برؤوس كيميائية قد انفجر لتوه. كان الانحراف واضحاً فالتلفزيون تحول إلى حنفية للأخبار الكاذبة تكرر بلا أي سياق. فهل يستحق ~~نظر~~ تسعة جنود من جيش عراقي تعدادة خمسمائة ألف رجل "نبأ عاجلاً" على شبكة CNN؟"¹.

لقد تقلص تصوير العمليات العسكرية ليصبح عند مستوى ألعاب الفيديو، بفعل تضافر بين ميديا صارمة تولى الجيش الرقابة عليها، وبين واقع أن معظم العمليات قد خيضت من الجو، عبر صور "نظيفة" تتعلق بأسلحة "ذكية" وتكامل مع تفريغ اللغة من أية دلالات تنم عن معاناة بشرية - ومن هنا أتت تعابير "ضربات جراحية" و"خسائر جانبية" و"أهداف ناعمة" وكل التعابير الأخرى التي أشارت، بلهجة تخفيفية إلى الموت والدمار، تلك اللهجة

¹. سرج حليمي، مرجع سابق، ص 49-50.

التي أسعدت جنرالات الكراسي المريحة في الميدان، أن يستعبروها كالببغاوات في قاموس العسكرية الحديثة¹.

وعلى الرغم من سيادة تلفزيون الواقع في الولايات المتحدة الأمريكية فإن السيطرة على وسائل الاتصال الجماهيري جعلت تغطية الحروب ليس لها أي علاقة بالواقع، فبعد انتهاء الحرب الباردة وهزيمة العراق في حرب الخليج في العام 1991م، بدأ عهد جديد يشهده النظام الإعلامي الأمريكي الموجه إلى الرأي العام المحلي، الأمريكي، والرأي العام العالمي، يجعل من الصور والمواد المصنوعة هي الأساس، ومع ذلك فإن الوضع العام قبل تدخل القوات الأمريكية في حربها في أفغانستان، ومباشرة عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر، كان ينبئ بفشل في إحكام السيطرة على وسائل الاتصال، خاصة مع تمللها واحتجاجها، "لهذا كان منطقياً أن يدخل الرئيس بوش إلى قاعة اجتماع مجلس الأمن القومي في التاسعة والنصف صباحاً ويستهل الاجتماع اليومي قائلاً: أيها السادة، إننا نخسر حرب العلاقات العامة. ولم يكن الرئيس يقتصر في حديثه على الرأي العام الأمريكي ولكن كان يتحدث على نطاق أوسع وأشمل يضم الرأي العام العالمي ومن بينه شعب أفغانستان ذاته"².

لقد سعت وسائل الاتصال الدولي الغربية بالعموم والأمريكية على وجه الخصوص قبل وأثناء وبعد الحرب على العراق وتدميره في العام 2003م على قلب الحقائق خدمة لأهداف سياسية واقتصادية آخذة في اعتبارها الذريعتين اللتين أبرزتهما الحكومتان الأمريكية والبريطانية واللذان سرعان ما ظهر اختلاقيهما وهما أسلحة الدمار الشامل وعلاقة صدام حسين بالقاعدة، بالإضافة إلى أكذوبة نشر الديمقراطية والإصلاح السياسي في المنطقة.

"من الواضح أن الإعلام الأمريكي قد عرف تغيرات أساسية منذ الأحداث التي دارت حول وثائق البنتاغون و ووترغيت. وواحد من هذه التغيرات، هو - وبكل وضوح - علاقة المساندة الوثيقة القائمة بين إدارة بوش واللجنة الفيدرالية لوسائل الاتصال وشركات

¹. جوليان بيتلي، دعوا الصور الفطيرة تستحوذ علينا، في أخيرين أكاذيب، دافيد ميلر وآخرين، مرجع سابق، ص 253.

². بوب وودوارد، حرب بوش، عرض وتحليل حسين عبد الواحد، الناشر مدبولي الصغير، عربية للطباعة والنشر، القاهرة، 2003م،

الإعلام الكبرى. وواحد من التغيرات الأساسية الأخرى كان السعي المتواصل لتحقيق تمركز إعلامي أكبر، بين أيدي مؤسسات أقل عدداً¹.

لقد كانت الغالبية العظمى من وسائط الاتصال الجماهيري الأمريكية صاحبة حكم تيري مسبق لكل ما تقوم به المؤسسة العسكرية من حملات حربية واستخدام للقوة العسكرية ما يخالف كافة العهود والمواثيق الدولية فعلى "الرغم من تحريم القانون الدولي المعاصر لاستخدام القوة المسلحة في العلاقات الدولية، وهذا استناداً إلى نص المادة 04/02 من ميثاق هيئة الأمم المتحدة التي نصت على ما يلي: "... يمتنع أعضاء الهيئة جميعاً في علاقاتهم الدولية، عن التهديد باستعمال القوة، أو استخدامها ضد سلامة الأراضي، أو الاستقلال السياسي لأية دولة، أو على أي وجه آخر لا يتفق ومقاصد الأمم المتحدة..."، فقد بقيت القوة العسكرية المسلحة تمثل إحدى أوجه حل الخلافات والتراعات الدولية. فالقانون الدولي قد حرم استخدام الحرب، ولكنه لم يستطع منعها من الوقوع"².

لقد ظهرت على السطح العديد من الحقائق التي تفضح التضليل الإعلامي الذي مارسته الولايات المتحدة أثناء الحرب على العراق، "إن الحقيقة غالباً ما كانت أولى ضحايا هذه الحرب"³. وليس أدل على ذلك أكثر من أكذوبة أسلحة الدمار الشامل في العراق، و"تضخيم خطر العراق وامتلاكه المزعوم لأسلحة الدمار الشامل أو علاقته بالمنظمات (الإرهابية) المعادية للولايات المتحدة. وقد تأكد ذلك لاحقاً من خلال الاعتراف بتضخيم تلك الدعاوى، وتداعي سمعة أمريكا التي رافقت تلك الحملات بعد تسرب المعلومات عن الرشى التي تقدم للصحف العراقية من أجل "تحسين" صورة أمريكا لدى المواطن العراقي"⁴.

¹. غرانفيل ويليامز، كلاب حراسة أو كلاب مدللة، وسائل الإعلام، السياسة والنظام: التجربة الأمريكية، من أخيري أكاذيب، دايفيد ميلر وآخرين، مرجع سابق، ص 313.

². رجال سمير، حماية الأموال والممتلكات أثناء النزاعات الدولية المسلحة في ظل أحكام القانون الدولي الإنساني، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة سعد دحلب بالبلدية، كلية العلوم القانونية والإدارية، قسم القانون العام، مارس 2006م، ص 7.

³. إيفون ريديلي، أن أدير ظهري إلى التيار السائد، من كتاب أخيري أكاذيب-الدعاية والتضليل الإعلامي في الحرب على العراق، دايفيد ميلر وآخرون، مرجع سابق، ص 415.

⁴. صباح ياسين، الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، مرجع سابق، ص 16.

"من المؤكد أن التحالف، تنفس الصعداء حين انتهى كل شيء - لكن المشكلة هي أن شيئاً لم ينته. ففي العراق لم يتحقق أي انتصار كبير - بل إن الغرب لم يربح شيئاً، ناهيك بأنه خسر حربه الدعائية بالتأكيد. ولقد ازداد الأمر حدة مع كم الوثائق الدامغة التي راحت تظهر وسط أشلاء المباني الحكومية المنهوبة، والتي راح يلتقطها صحفيون نهمون توافقون إلى الحصول على خبر متفرد"¹.

أضف إلى ذلك ما كُشِفَ عنه عقب حرب الخليج وتحرير الكويت فقد "كُشف الستار عن تلاعبات إعلامية عديدة، قامت بها الولايات المتحدة. ومن المعروف على سبيل المثال أن ما أُطلق عليه "وثيقة صورها أحد الهواة" وتبدو فيها الدبابات العراقية في مدينة الكويت، كما تبدو مقاومة الكويتين لها، وهي مشاهد حرّكت عواطف الرأي العام، ليست إلا عملية تركيب (مونتاج) أعدتها وهياؤها للعرض وكالة تعمل في مجال الاتصالات الإعلامية يديرها مايك ديفر (Mike Deaver)، وهو مستشار سابق للرئيس ريغن (Reagan)، وذلك لحساب أمير الكويت. وتذكر أيضاً الشهادة الرهيبة التي قدمتها شابة كويتية روت أمام عدسات التصوير وهي منهارة، بربرية الجنود العراقيين الذين نهبوا مستشفياتها، وحملوا إلى بغداد التجهيزات الطبية كلها، وبخاصة الحاضنات التي فصلوها عن مصادر تغذيتها بالأوكسجين، تاركين عشرات الأطفال الخُدج في حالة احتضار. وهذه أيضاً وثيقة مزيفة، فضحتّها منظمتي العفو الدولية (Amnesty International) و"ميدل إيست ووتش" (Middle East Watch). فالمرضة كانت ابنة سفير الكويت في واشنطن، أما روايتها المرعبة فهي من اختراع أحد خبراء الاتصالات الإعلامية"².

"ويُقاس عجز المعلومات عند الجمهور الأمريكي، بما لم يُقل في التلفزيون، وكان "التناسي" الأكثر أهمية قد شمل المحادثات بين السيد صدام حسين وبين سفيرة الولايات المتحدة أبريل غلاسبي April Glaspie، والتي أكدت فيها السفيرة غلاسبي، تبعاً للتسجيل الذي نشرته بغداد، بأن الولايات المتحدة غير مهتمة بالتزاع بين العراق وبين الكويت، وبأنها تعتبر مسألة داخلية من مسائل العالم العربي. وبعد سبعة أشهر أكدت السيدة غلاسبي أن

¹. إيفون ريدلي، مرجع سابق، ص 414.

². إيناسيو رامونية، ألباز المطياف، هذا الكائن الخرافي المبهطي، من كتاب نظام التضليل العالمي، مجموعة من الباحثين، مرجع سابق،

النسخة العراقية كانت "مزوّقة". ولكن ماذا فعلت وسائل الإعلام طوال هذه الأشهر؟
فالسيدة غلاسي كانت فعلاً في واشنطن، وتلقت أوامر صارمة ألا تفتح فمها أمام
الصحافيين. هؤلاء الصحافيون أنفسهم الذين لم يتقيدوا بأي التزام أخلاقي أو غيره من
التزامات الصحافة عندما حاصروا منزل السيناتور السابق غاري هارت Gary Hart
لينتزعوا منه حديثاً عن مغامرة عاطفية عابرة أثناء أحد أيام العطلة، هؤلاء أنفسهم تبين
عجزهم عن العثور على سفيرة الولايات المتحدة الموجودة في العاصمة¹.

وكانت وزارة الدفاع الأمريكية تحظر على المراسلين الصحفيين تغطيتهم للحرب، وبدلاً
من ذلك فقد كانت المؤسسة العسكرية توفر لهم ما يحتاجونه من نصوص وصور، وقد
عبر مراسل الـ CNN بيتر آرنيت (Peter Arnett) الذي كان موجوداً أثناء الحرب في
العاصمة العراقية بغداد، عن هذا الأمر بقوله: "يقول أحد زملائي المصورين - وكان مع
قوات التحالف - إنه شاهد آلاف الصور التي التقطها أربعون مصوراً في ميدان القتال،
ولم يكن في أي منها جنود قتلى، أو دبابة أمريكية واحدة تعرضت لإطلاق النار أثناء
الحرب كلها، لماذا؟ لأن الصحفيين منعوا من رؤية الحرب رأي العين"².

لقد شكّلت تغطية وسائط الاتصال الجماهيري الأمريكية للحرب على العراق نموذجاً بعيداً
كل البعد عن الواقع الحقيقي لما جرى أثناء القصف، ما يفتح الباب أمام تساؤلات أخرى
تتعلق بالتزاهة في عرض صورة الآخر في وسائط الاتصال الأمريكي، خاصة إذا كان الآخر
يرتبط بالإسلام، وما هي حدود التضليل والتزييف الممارسين في هذا الاتجاه؟.

¹. هيربرت شيلر، التلاعب بالقلوب والعقول والسيطرة عليها، من كتاب نظام التضليل العالمي، مجموعة باحثين، مرجع سابق، ص

43-42.

². بيتر آرنيت، مرجع سابق، ص 18-19.

الفصل الخامس

الخطاب الإعلامي الأمريكي

المبحث الأول

الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي

المبحث الثاني

الصورة الذهنية للعالم الإسلامي لدى الغرب

المبحث الثالث:

التأثير الدعائي وتصورات فلسفة السياسة الخارجية

الفصل الخامس

الخطاب الإعلامي الأمريكي

U.S. media discourse

مدخل (Preface):

حمل الخطاب الإعلامي الأمريكي على الدوام السياسات الإستراتيجية والمصالح العامة للولايات المتحدة في علاقاتها الخارجية، عبر أساليب متقدمة في قراءة الأحداث وتحليل المواقف، من أجل إقناع الآخرين وتغيير سلوكهم نحو بعض المواقف، بما يتماشى مع التوجهات العامة للإدارة الأمريكية، تسنده في ذلك المعاهد ومراكز الأبحاث " Think Tanks"، والمؤسسات المعنية بوضع تصورات فلسفة السياسة الخارجية، وجماعات الضغط المختلفة، الأمر الذي يوضح العناية الفائقة بأمر العلاقات الخارجية لدى الولايات المتحدة بغض النظر إن كانت توجهاتها سالبة أو موجبة بالنسبة للشعوب والدول الأخرى.

وكل ذلك مقابل قصور تام في الاهتمام بالعلاقات الخارجية من قبل الشعوب والدول الأخرى، خاصة الإسلامية والعربية تجاه الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أصبحت في مقام المدافع والمبرر ونفي التهم والشجب دون أن تكون لها رؤية ثابتة مبنية على الندية والقراءة الصحيحة لهذه العلاقات وفق المصالح المشتركة.

وتأتي علاقات الولايات المتحدة مع الدول والشعوب الإسلامية ضمن أولويات الإدارات الأمريكية المختلفة والمتعاقبة تحكمها المصلحة السياسية والاقتصادية والدينية خاصة فيما يتعلق بالصراع العربي - الصهيوني في إطار علاقة الحركة المسيحية الأصولية الأمريكية المعاصرة بقضية فلسطين وتأييدها المتعصب لأهداف الصهيونية، ووفقاً لذلك فإنه من الضروري بحث المواقف الأمريكية نحو الإسلام، وكذلك نحو الشعوب الإسلامية غير العربية في المنطقة.

واستخدمت الولايات المتحدة الأمريكية وسائل الإعلام من أجل تنفيذ إستراتيجيتها لتحسين صورتها في الوطن العربي، وكثيراً ما سعت الولايات المتحدة في السنوات القليلة الماضية إلى أن تعيد، مع العرب والمسلمين؛ إنتاج تجربتها في الإعلام الموجه في أوروبا في ما بعد الحرب العالمية الثانية وفي حقبة الحرب الباردة.

ويسعى الباحث في هذا الفصل المعنون بـ "الخطاب الإعلامي الأمريكي" لمتابعة المنهج الأمريكي الإنتقائي غير الموضوعي القائم على منهجيات التنميط الاجتماعي "Social Stereotyping" وازدواجية المعايير "Double Standards" والأسس العملية لتداول "الصور والمعلومات"، في التغطية الإعلامية لقضايا الدول الإسلامية والعربية، إضافة إلى الدور الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية في السياسة الخارجية للولايات المتحدة.

ويُقسّم الباحث هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تُعالج في مجملها الأساس الذي يقوم عليه الخطاب الإعلامي الأمريكي، حيث يأتي المبحث الأول "الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي" لِنقاش تاريخ هذه الدعاية والتطورات التي شهدتها وسائلها من الخطاب المباشر عبر الإذاعات الناطقة باللغة العربية، مثل الإذاعة البريطانية (BBC) أو صوت أمريكا، أو المطبوعات الدورية الموجهة إلى المواطن العربي، أو الاختفاء خلف وسيلة إعلامية عربية، من خلال الشراء المبطن بالتمويل والإعلان، أو بالرشوة للأقلام التي أضحت واسطة لنقل المواقف الأجنبية أو الدفاع عنها، وصولاً لإنشاء إذاعات وقنوات تلفزيونية عربية تمثلت في إذاعة "سوا" ومجلة "هاي" وقناة "الحرّة".

ويتناول المبحث الثاني الصورة الذهنية للعالم الإسلامي لدى الغرب، تلك الصورة التي ساهمت وسائل الإتصال المختلفة في تعميقها لدى الرأي العام الأمريكي، فالأحكام المسبقة و"الصور المقبولة" و"التشبيهات" ليست إلا جوانب جزئية من مصطلح أساسي أكثر شمولاً هو "المواقف"، والتي على ضوءها تتحدد سياسة الولايات المتحدة تجاه الدول الإسلامية والعربية. حيث يرى بعض الباحثين أن الصورة النمطية "Stereotype" للإسلام والمسلمين في الذهنية الأمريكية تعود إلى سنوات طويلة من صناعة الكراهية والتضليل الإعلامي من خلال "إنجازات مذهلة للدعاية".

أما المبحث الثالث والأخير فهو يتناول إستخدام نظريات الإتصال في التأثير الدعائي، والمؤسسات المعنية بوضع تصورات فلسفة السياسات الخارجية ومكانة وسائل الإعلام وسطها، بما تقوم به من دور فاعل، حيث ساهم العديد من المفكرين والباحثين الأمريكيين في مجالات علم الاتصال (Communication) وقياس تأثيرات وسائل الإعلام على الرأي

العام (Public Opinion)، في وضع رؤى فلسفية ونظريات اتصالية، كان لها دور مؤثر في السياسات الخارجية للولايات المتحدة، إذ عززت هذه الرؤى من مكانة وسائل الإعلام ودفعتها لتلعب أدواراً مهمة، عبر الاستخدام المفرط للدعاية (Propaganda)، واستخدام الصورة النمطية (Stereotype)، وتأثيراتها المحتملة في العلاقات السياسية والثقافية بين الدول.

المبحث الأول
الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي

المبحث الأول

الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي

American propaganda against the Islamic world

إذا كانت الدعاية في جوهرها عملية اقناع منظمة، ومحاولة متعمدة ومديرة لإقناع الناس بأن يفكروا ويسلكوا بالطريقة المطلوبة، كما يُحكم عليها بأنها نشاط يرغم الناس - بشكل ما - على أن يفعلوا شيئاً كان يمكن أن لا يفعلوه لو لا وجوده¹، فإن الكثير من الدلائل تُشير إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية استطاعت أن تضع أسساً ومعاييراً للدعاية مستفيدة من إرث تاريخي للصورة الذهنية للإسلام والعالم الإسلامي لدى الرأي العام الأمريكي، "وما أن تحدث حالة "مناسبة" حتى تتحرك القوالب الذهنية في العقول فتستحضر بيسر ويمسي العرب أو أحد الشعوب أو الأقطار العربية هدفاً سهلاً"²، معززة تلك الصورة بما يقوم به مديرو أجهزة الإعلام حينما يضعون أسساً عملية لتداول "الصور والمعلومات"، ويشرفون على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها، تلك الصور والمعلومات التي تحدد معتقدات ومواقف الرأي العام، بل وتحدد سلوكه في النهاية. وحينما يعمدون إلى طرح أفكار وتوجهات لا تتطابق مع حقائق الوجود الاجتماعي، فإنهم يتحولون إلى سائسي عقول. ذلك أن الأفكار التي تنحو عن عمد إلى استحداث معنى زائف، وإلى إنتاج زوعي لا يستطيع أن يستوعب بإرادته الشروط الفعلية للحياة القائمة أو أن يرفضها، سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي، ليست في الواقع سوى أفكار موهة أو مضللة"³.

ويستفيد الجميع من تلك الأفكار المضللة لرسم السياسات الخارجية ووضع الإستراتيجيات المختلفة لعلاقات الولايات المتحدة الخارجية، فـ "الصورة السلبية التي يحملها الأمريكيون عن العرب والمسلمين تسهل على أي معادٍ للعرب (والمسلمين) أن يستثير مشاعر الجمهور

¹. فيليب تايلور، قصف العقول، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة (256)، أبريل 2000م، ص 23-24.

². ميخائيل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثانية، أغسطس 2000، ص 16.

³. هربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص 7.

ضدهم أو ضد أي زعيم أو قطر أو شعب عربي (أو مسلم) يستغل الصهاينة هذه الحالة بالتأكيد، كما يستغلها رجال السياسة الأمريكيون والطامحون بالمراكز السياسية ورؤساء الجمهورية الأمريكيون في سعيهم لتطبيق سياسات معينة¹، ولا أحد ينكر أن "إسرائيل وأصدقاءها في الولايات المتحدة يمارسون نفوذاً هائلاً في صناعة السياسة الأمريكية تجاه المنطقة العربية. ومع ذلك، يظل من الحقيقي أن تكتيكات اللوبي الصهيوني تجد آذاناً صاغية في الولايات المتحدة نظراً إلى انسجامها مع الآراء الراسخة تاريخياً لدى الأمريكيين حول العرب والمسلمين بشكل عام"².

"وعندما تؤكد وسائل الإعلام في الولايات المتحدة على أن التغطية التي تتناول العرب، والإسرائيليين وشعوباً شرق أوسطية أخرى، عادلة ومتوازنة وغير متحيزة، تشير الوقائع إلى غير ذلك"³، فالثابت أن "المراقبين في الساحة الأمريكية يتفقون على أن التغطية الإخبارية السلبية للمنطقة العربية من قبل وسائل الإعلام السائدة تؤثر في تصورات الجمهور وصنّاع السياسة ومواقفهم حول المجتمعات الإسلامية"⁴.

فضحت أطروحات "صدام الحضارات" "Clash of Civilizations" التي قدمها البروفسير صامويل هنتغتون Prof Samuel Huntington، مبدأ صناعة الأزمة لدى العقلية الأمريكية تجاه الإسلام والمسلمين، بعد نهاية حقبة الحرب الباردة وإنهيار جدار برلين وتفكك دولة الفكر الاشتراكي/ الشيوعي، مستفيدة من الصورة الذهنية التي رسمتها وسائل الإعلام لتقود حرباً دعائية أخرى تحت مسمى "الحرب على الإرهاب" لتبرز الدعاية "بوصفها بديلاً للحرب الحقيقية، فالدعاية في حد ذاتها تعتبر تهديداً للسلام"⁵.

"ومع ذلك فالآراء تتفق على اعتبار "الإسلام" كبش الفداء الذي ننسب إليه كل ما يتصادف أن نكرهه في الأنساق السياسية والاجتماعية والاقتصادية الجديدة في عالم اليوم.

¹. ميخائيل سليمان، المرجع السابق، ص 16.

². فواز جرجس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثانية أكتوبر 2000، ص 13.

³. جانيس تري، دور جماعات الضغط في تشكيل سياسة الولايات المتحدة في الشرق الأوسط، من كتاب الوطن العربي في السياسة الأمريكية، سلسلة كتب المستقبل العربي (22)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، نوفمبر 2002م، ص 29.

⁴. فواز جرجس، المرجع السابق، ص 119-120.

⁵. فيليب تابلور، قصص العقول، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، مرجع سابق، ص 368.

فاليمين يرى أن الإسلام يمثل الممجية، واليسار يرى أنه يمثل حكم الدين في القرون الوسطى، والوسط يرى أنه يمثل الغرابة المموجة، وأما ما تتفق عليه هذه الدوائر جميعاً (وعلى الرغم من ضالة ما تعرفه عن العالم الإسلامي) فهو استحالة قبول جوانب كثيرة من جوانبه"¹.

الإعلام الموجه

لعب الراديو منذ بداياته الأولى دوراً مهماً في الدعاية Propaganda، وقد إرتبطت الإذاعات الموجهة تاريخياً إرتباطاً وثيقاً بالأزمات والحروب حتى لو اتخذت صفة سلمية غير عسكرية، وربما يرجع ذلك إلى التأثير القوي للإذاعة في تشكيل الرأي العام وسط كافة شرائح المجتمعات بغض النظر عن مستواها التعليمي، ودخلت "سمة جديدة على الدعاية الدولية بالراديو، انحصرت في محاولة الوصول إلى كل جماعات المواطنين واستمالتهم بلغاتهم"².

"وتطور الراديو في بداية القرن العشرين من ناقل للإشارات وفق لغة مورش إلى ناقل للموسيقى والصوت بعد عدد من المحاولات التي قام بها فريق من العلماء أمثال دي فورست (De Forest)، وفليمنج (Flemming)، وفيسيندن (Fessenden)، وقد تركزت جهودهم في اختراع الصمامات التي تسيطر على التدفق الكهربائي في مراحل البث والاستقبال وعلى تضعيف الإشارة وتكبيرها حتى يسهل سماعها بوضوح عند وصولها إلى الطرف المتلقي أو نقطة النهاية"³.

ويشير بعض الباحثين إلى أن الراديو استخدم في أغراض سياسية للمرة الأولى حينما عيّنت صحيفة لندن تايمز (London Times) لي دوفورست (Lee De Forest) - وهو من الرواد الأمريكيين الأول في مجال الراديو - كمراسل حربي، وكلفته بمهمة نقل أخبار الحرب اليابانية الروسية عام 1904-1905. وكان يث تقاريره بكود موريسن (Morrison Code). وقد استخدم الراديو في أغراض عسكرية، ربما للمرة الأولى،

¹. إدوارد سعيد، تغطية الإسلام، مرجع سابق، ص 29.

². جيهان أحمد رشدي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص 8.

³. علي محمد شمو، الإتصال الأساسية والمهارات، الخرطوم، فبراير 2006، ص 71-72.

خلال نفس الحرب عام 1905 حينما استخدمته روسيا في الاتصال البحري¹. بل استخدم كلا الجانبين الأجهزة اللاسلكية (Wireless equipment) ولكن يبدو ليست من نوعية ولا كفاءة متساوية².

وبث ريجنالد فيسيندين (Reginald Fessenden)، أول برنامج للصوت والموسيقى في عام 1906، ولكنه فشل في الاستفادة من فكرته...، وقد تجلت بسرعة قوة الراديو كوسيلة من وسائل الترفيه والدعاية، إلا أنها لم تسفر على الفور عن الصحافة الإذاعية³، بتطوراتها اللاحقة.

و"تسعى الإذاعات الموجهة لتقديم وجهات نظر الدولة حيال القضايا الدولية، وتقديم الأخبار أو الأحداث، والعمل على توفير رأي بديل. ولكن كثيراً ما تستخدم الإذاعات في زيادة سوء التفاهم وإثارة المشكلات في الدول المستهدفة"⁴.

وفيما بعد أصبحت الإذاعة أداة مهمة من أدوات السياسة الخارجية أو العسكرية، الأمر الذي أدى إلى ظهور محطات الإذاعة السرية (Clandestine Radio) التي ظلت شائعة حتى نهاية الحرب الباردة (Cold War)، وهي "محطات كانت تديرها الحكومات، والمجموعات السياسية المعارضة، والجيش، وتحاول التعتيم على هويتها الحقيقية.. وموقعها وغايتها الحقيقية وهي منتشرة في أثناء الحرب العالمية الثانية، وبخاصة في أوروبا. وكانت تُنشأ لأغراض استراتيجية، سياسية وعسكرية بالدرجة الأولى"⁵.

ولكن "لم تصل الإذاعات الدولية إلى ذروتها إلا خلال الحرب العالمية الثانية وإن كان الاتحاد السوفيتي قد قام ببث برامج باللغتين الإنجليزية والألمانية في خريف سنة 1920"⁶. و"تأثرت مثل هذه المحطات الإذاعية في جميع أنحاء أوروبا وآسيا وأفريقيا.. وأصبحت الإذاعة السرية (Clandestine Radio) سلاحاً في الصراع والحرب الأهلية والفتنة داخل الشعوب بسبب العمليات العدائية بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي"¹.

¹. جيهان أحمد رشدي، مرجع سابق، ص 6.

². Irving Fang, A History of Mass Communication, Six Information Revolutions, Focal Press, United States of America, 1997, p 92.

³. Guy Starkey & Andrew Crisell, Radio Journalism, SAGE Publications Ltd, 2009, p3.

⁴. جيهان أحمد رشدي، مرجع سابق، ص 5.

⁵. دوغلاس أ. بويد، إذاعة الشرق الأدنى/ صوت بريطانيا، مقال، حوليات القدس، العدد الخامس، 2007، ص 85.

⁶. Walter B. Emery, National and International Systems of Broadcasting, East Lansing, Michigan State University, 1969, p 388.

وفي الغالب تتبع هذه الإذاعات الموجهة لجهات مخبراتية باعتبارها أحد أهم أسلحة الحرب النفسية، وتلعب دوراً مهماً في العلاقات الدولية، ووسيلة للدعاية تحقق تأثيراً ونفوذاً، أكثر مما يمكن أن تؤديه الدبلوماسية.

و"كان الألمان والكنديون أو من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919، ثم تبعتهما الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1920"².

"لقد انتشرت التجارب والمحاولات في الولايات المتحدة وفي أوروبا للبحث الإذاعي عبر الراديو للأخبار والموسيقى والمباريات الرياضية ولكنها لم تصل إلى مرحلة الخدمة المنتظمة التي تعارف عليها الناس اليوم إلا في عام 1920 حسب رأي غالبية المؤرخين وقد كان ذلك على وجه التحديد إما في منتصف أكتوبر أو في الثاني من نوفمبر. ولكن المؤكد أن المحطة الأولى للبحث الإذاعي المنتظم في أمريكا هي (KDKA)، في مدينة بتسبرج بولاية بنسلفانيا، وأن الخبر الرئيسي الأول كان إعلان نتيجة الانتخابات الرئاسية الأمريكية والتي فاز فيها وارن هاردينج (Warren G Harding) على منافسة جيمس كوكس (James M. Cox)، ومن ثم بدأت خدمات الراديو في الانتشار والانتظام حتى شملت جميع بقاع الأرض"³.

واستطاعت الولايات المتحدة منذ البدايات الأولى للراديو أن تقنن لهذه الوسيلة إطارها العام للممارسة عبر الترخيص لمحطات الهواة، ففي عام 1913 كان هناك 322 تراخيصاً لمحطات الهواة. وفي عام 1917 وصل العدد إلى 13 ألف و581 بالإضافة إلى الآلاف من الهواة الذين يثبون دون ترخيص. أكثر بكثير من هواة بث الشركات التجارية. وفي الوقت نفسه وضعت الدول الأخرى الراديو تحت السيطرة الحكومية بقوة، جنباً إلى جنب مع خدمات التلغراف والهاتف⁴.

و"أدرك الثوريون في روسيا قدرات الراديو في الوصول للجماهير في الداخل والخارج وعملوا على استخدامه، فقد أذاعت السفينة (Aurora) التي كانت راسية في ميناء بتروجراد (Petrograd) رسائل من لينين إلى "مواطني روسيا" في صباح استيلاء

¹. Irving Fang, Op.Cit, p xxvii.

². حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص 44.

³. علي محمد شمو، المرجع السابق، ص 73.

⁴. Irving Fang, Op.Cit, p92.

البولشفيك على السلطة في 7 نوفمبر سنة 1917. كذلك استخدم الروس الراديو في إرسال رسائلهم الأيديولوجية إلى الخارج، ولتبرير معاهدتهم المنفصلة مع ألمانيا، ولمساندة مناورات تروتسكي وهو يتفاوض على عقد معاهدة برست ليتوفسك (Treaty of Brest-Litovsk*)، وكان لينين وتروتسكي أول من استخدموا الإذاعة للوصول إلى الجماهير الأجانب فوق رؤوس حكوماتهم.. وبالرغم من معارضة الدول الموجهة إليها الإذاعات، استمرت روسيا تذيع بالألمانية والبولندية ولغات أجنبية أخرى من محطات موسكو القوية، ولم تهم باحتجاجات فنلندا واستونيا وبولندا وألمانيا وبريطانيا والولايات المتحدة وغيرهم.¹

وبدأت هولندا في عام 1926 إذاعة تجريبية باللغة الهولندية ونقلتها إلى مستعمراتها في الهند الشرقية، وقد أصبحت تلك الإذاعة منتظمة في عام 1929، وقد بدأت هيئة الإذاعة البريطانية في عام 1927 إذاعات بالموجة القصيرة وجهتها لأراضيها عبر البحار من محطة في (Chelmsford)، وبدأت فرنسا تذيع لمستعمراتها باللغة الفرنسية وبعض لغات أخرى كانت مستخدمة في تلك المناطق. أما الخدمة البريطانية المنتظمة الموجهة عبر البحار فكانت في 19 ديسمبر عام 1932 وعرفت باسم "خدمة الإمبراطورية" (Empire Service)، .. وبدأت الخدمة الإذاعية السويسرية في سبتمبر عام 1935 وحقت نجاحاً مباشراً بين المواطنين السويسريين الذين هاجروا إلى الإرجنتين وأمريكا الشمالية. وقد أذيعت تلك البرامج باللغات السويسرية الثلاث: الفرنسية والألمانية والإيطالية. كذلك قدمت إيطاليا إذاعات بالإيطالية لمواطنيها في أمريكا الجنوبية عام 1935. واستخدمت ألمانيا خدمة دولية بالموجة القصيرة في عام 1933 باللغة الإنجليزية للمستمعين في أمريكا الشمالية وخدمة أخرى باللغة العربية في منتصف سنة 1938.²

* معاهدة سلام وقعت في 3 مارس 1918، بوساطة الجنوب إفريقي أندريك فولر (Hendrik Fuller)، في برست ليتوفسك (Brest-Litovsk) (الآن برست، روسيا البيضاء) بين جمهورية روسيا السوفيتية الاتحادية الاشتراكية ودول المركز، على رأسها ألمانيا، لتخرج روسيا من الحرب العالمية الأولى. كما أكدت على استقلال فنلندا واستونيا ولاتفيا وروسيا البيضاء وأوكرانيا ولتوانيا. في بولندا التي لم يأت على ذكرها في المعاهدة، سبب التوقيع أعمال الشغب واحتجاجات وأنهى أي دعم لدول المركز (أنظر موسوعة ويكيبيديا الحرة

.(wikipedia.org)

¹. جيهان أحمد رشني، مرجع سابق، ص 8.

². نفس المرجع، ص 9-10.

"وفي 3 يناير عام 1938، بدأت محطة تابعة لهيئة الإذاعة البريطانية في فلسطين إذاعات منتظمة باللغة العربية، وفي 15 مارس 1938 بدأت بدأت هيئة الإذاعة البريطانية بث برامج باللغتين الإسبانية والبرتغالية. ثم بدأت إذاعات باللغات الفرنسية والألمانية والإيطالية. وفي 27 سبتمبر 1938 وضعت خطط لبناء جهازين للإرسال قوة كل منهما 50 ألف وات لجعل إمكانيات الإذاعة البريطانية بالموجة القصيرة من أقوى الإمكانيات الإذاعية في العالم"¹.

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد بدأت الإذاعات الموجهة في مايو عام 1934 تحت رعاية (Pan American Union) التي استمرت تبث برامج حتى مايو عام 1938 حينما تأسست المنظمة الأولى التي تولت بشكل أو بآخر أمر الدعاية السياسية الموجهة للخارج وبشكل خاص للجمهوريات أمريكا اللاتينية وفي نفس الوقت أنشئت مؤسسة دعائية أخرى تابعة لوزارة الخارجية هي قسم التعاون الثقافي. وفي الفترة ما بين عام 1938 وفبراير عام 1942 أصبحت الدعاية الأمريكية الموجهة بالراديو تخضع للسيطرة الحكومية وتعاونت المحطات الخاصة التي كانت توجه إرسالها للخارج مع الحكومة وطورت إرسالها إلى دول أمريكا اللاتينية². و"بدأت إذاعات صوت أمريكا بالعربية في وقت متأخر في عام 1948 ولم تصبح خدمة منتظمة إلا في عام 1951"³.

"بعد ذلك توسعت الدول في استخدام الإذاعات الدولية الموجهة بدءاً من هولندا عام 1927، وفرنسا عام 1931، وبريطانيا باللغة الإنجليزية 1932، والعربية والفرنسية والإيطالية والألمانية عام 1938، أما الميلاذ الحقيقي للإذاعات الموجهة واستخدامها في الحرب النفسية ضد القوى المعادية فقد كان أثناء الحرب العالمية الثانية واستخدمتها ألمانيا ورد عليها الحلفاء بإطلاق إذاعتهم الموجهة للشعب الألماني، وقد وصل عدد الدول التي تذيع على الموجة القصيرة إلى 25 دولة، وعلى سبيل المثال فإن هيئة الإذاعة البريطانية كانت تذيع عام 1940 بثلاث وعشرين لغة ومع نهاية الحرب أصبحت تذيع بأكثر من

1. H. Schuyler Foster, Jr., The Official Propaganda of Great Britain, Public Opinion, Quarterly, April 1939, Pp 266-267.

2. جيهان أحمد رشدي، المرجع السابق، ص 14.

3. Sydney W. Head, Broadcasting in America: A Survey for Television and Radio, Third Edition, Boston, Houghton Mifflin Company, 1976, p 176.

ثلاث وأربعين لغة. لكن نهاية الحرب لم تؤد إلى إنهاء استخدام الإذاعات الدولية الموجهة أو اضعاف دورها، بل تزايد دورها بعد نشوب الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي"1.

استفادت الولايات المتحدة من تجارب الدول الأخرى في مجال الإذاعات الموجهة خاصة التجربة السوفيتية، إذ "لم يتأخر الأمريكيون في الدخول إلى عالم الإذاعات الموجهة، وقد كانت الإذاعات الأمريكية تبث من نيويورك وسان فرانسيسكو، ثم أنشئت أول محطة إذاعية أمريكية في مدينة لندن (American Broadcasting Station In Europe) (A.B.S.E). وفي نهاية الأمر أنشئ مجلس للحرب النفسية ألحق بالقيادة العليا للحلفاء برئاسة إيزنهاور Dwight David Eisenhower تمهيداً لغزو ألمانيا وإيطاليا، ولكن الجهود الأمريكي زادت حدته فيما بعد عند إنشاء راديو أوروبا الحرة. وكانت البداية مع المحطات الموجهة إلى قواعد الجيش الأمريكي بغرض الترفيه على الجنود الأمريكيين الموجودين في أوروبا"2.

"وبدأ صوت أمريكا البث في 1942 ببرنامج باللغة الألمانية وكان يبث بين لندن ونيويورك عبر خط تليفوني عبر الأطلنطي. بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية خصصت برامج أمريكا الموجهة للخارج للعمل الثقافي، وأنشأت السلطات الأمريكية إدارة خاصة للإشراف على البرامج الموجهة. وفي عام 1948 وافق الكونجرس على تشريع خاص بإنشاء خدمة رسمية للإعلام عبر البحار تضم إليها صوت أمريكا. وفي أغسطس 1948 بدأ صوت أمريكا في بث برامجه بعشر لغات جديدة: العربية والفارسية والتركية والنرويجية والسويدية والفنلندية والهولندية والبرتغالية والأوكرانية والدانمركية.. وكان هذا التسابق يستغل الإذاعة لأعمال الدعاية والحرب النفسية على النحو الذي فعله الاتحاد السوفيتي وألمانيا وبريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان"3.

1. سيد أبوزيد عمر، الإذاعات الدول الموجهة، مكتب شؤون الإعلام لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان، الإمارات العربية المتحدة، أبريل 2005.

2. عائض مرزوق الحربي، الإعلام الأمريكي والهيمنة الدولية قناة الحرة أنموذجاً، مقال، مجلة المعرفة، العدد (128)، مايو 2009.

3. المرجع السابق.

إعلام أمريكي بلغة عربية

على الجانب الآخر شهدت وسائل خطاب الدعاية الأمريكية نحو العالم الإسلامي تغيرات جذرية خاصة بعد الفترة التي أعقبت احتلال العراق عام 2003، فبعد أن كان الغرب عموماً والولايات المتحدة على وجه الخصوص، يعتمدان على "الخطاب المباشر عبر الإذاعات الناطقة باللغة العربية، مثل الإذاعة البريطانية (BBC) أو صوت أمريكا، أو المطبوعات الدورية الموجهة إلى المواطن العربي، وهي غالباً ما تصدر عن المراكز الثقافية التابعة للسفارات الغربية في الوطن العربي أو مراكز البحوث والدراسات، وهي قليلة وغير واسعة الانتشار، أو الاحتفاء خلف وسيلة إعلامية عربية، من خلال الشراء المبطن بالتمويل والإعلان، أو بالرشوة للأقلام التي أضحت واسطة لنقل المواقف الأجنبية أو الدفاع عنها¹. بدأت تُنشئ إذاعات وقنوات تلفزيونية فضائية غير عربية تبث باللغة العربية، لتفتح بذلك عهداً جديداً من الدعاية الموجهة والحرب المغلفة لتهديد السلام الأمر الذي يجعل الحاجة ماسة للحماية الأمريكية باعتبارها القوة "الأعظم" بعد إخماد الإتحاد السوفيتي.

وبعد احتلال العراق عام 2003 كانت "الخطوة الأهم هي ما حدث عبر إنشاء قنوات تلفزيونية فضائية غير عربية تبث باللغة العربية، من أجل أن تدخل ساحة الإنتاج والبث بأدوات عربية وبرسالة مصاغة باللغة العربية أيضاً، وعبر تبني مشكلات الواقع العربي، وإثارة الموضوعات السياسية الراهنة، من منظور المواقف السياسية والمصالح الاقتصادية لتلك الدول"، و"لعل أبرز تلك الخطوات هو انطلاق قناة "الحرّة" الفضائية في فبراير 2004 التي بدأت بثها على الموقع الرسمي لقناة العراق الفضائية التي تملكها وزارة الثقافة والإعلام العراقية قبل الاحتلال، وهو ما شكل اغتصاباً لحق عراقي وطني رسمي، وفي رسالة مباشرة للعراقيين بأن هذه القناة التي تحمل هوية الولايات المتحدة الأمريكية، الدولة المحتلة للعراق، ستكون هي المتحدث الرسمي باسم العراقيين"².

¹. صباح ياسين، الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، أبريل 2006، ص 45.

². صباح ياسين، المرجع السابق، ص 45.

والحرّة قناة فضائية مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية وتمولها الحكومة الأمريكية. بدأت البث في 14 فبراير 2004، من سبرينغفيلد في فيرفاكس، فرجينيا قرب واشنطن، وتصل إلى 22 بلداً عبر الشرق الأوسط. ومثل كل أشكال الدبلوماسية العامة الأمريكية، فإن القناة ممنوعة من البث في داخل الولايات المتحدة نفسها بسبب قانون سميت موندت 1948 بشأن بث الدعاية الدبلوماسية¹.

وتبث عبر قمري "عرب سات" و"نايل سات" إلى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. تتولى "شبكة الشرق الأوسط للإرسال" MBN "Middle East broadcasting network" إدارة قناة "الحرّة"، وهي مؤسسة غير ربحية يمولها الكونغرس الأمريكي من خلال هبة مقدمة من مجلس إذاعة المحافظين (بي بي جي) (Broadcasting Board of Governors (BBG))، وهو وكالة فيدرالية مستقلة. يشرف هذا المجلس على القناة ويحافظ على استقلالية عملها الإعلامي².

و"ميزانية السنة الأولى لها كانت 67 مليون دولار أمريكي، وطالبت بمبلغ 112 مليون دولار في عام 2009 (3)، وأكثر من 40 مليون دولار أمريكي لقناة خاصة بالشأن العراقي تعرف باسم "الحرّة عراق" في 2006، طُلبت ميزانية أخرى بقيمة 652 دولار أمريكي للتغطية التي تشمل العرب والأوروبيين⁴. وذكرت دافنا لينزر Dafna Linzer أن "دافعي الضرائب الأمريكيين دفعوا 500 مليون دولار تقريباً لتمويل القناة"⁵. وحينما بدأت القناة بثها وصفها بعض الخبراء بأنها "محاولة يائسة من الإدارة الأمريكية لتحميل وجهها القبيح لدى العالم العربي، وتحسين صورتها الملوثة بدماء ملايين الأطفال والنساء والمواطنين الذين قتلهم في أفغانستان والعراق"⁶.

¹. ويكيبيديا، قناة الحرّة، الرابط http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A9

². موقع قناة الحرّة على الرابط http://www.alhurra.com/info/about_us/9.html#ixzz2HIZVC8dq

³. Dafna Linzer, Lost in Translation: Alhurra—America's Troubled Effort to Win Middle East Hearts and Minds, article, ProPublica, June 22, 2008

⁴. ويكيبيديا، قناة الحرّة، مرجع سابق.

⁵. Dafna Linzer, Lost in Translation: Alhurra—America's Troubled Effort to Win Middle East Hearts and Minds, article, ProPublica, June 22, 2008.

⁶. همام عبدالعزود، قناة الحرّة في عيون الخبراء، مقال، موقع المسلم، 20 فبراير 2004، <http://www.almoslim.net/node/85335>

"ووفقاً للنقاد، أخطأت الحكومة الأمريكية في افتراض أن قناة الحرة يمكن تكرار نجاح "إذاعة أوروبا الحرة" خلال الحرب الباردة"¹.

إن المشاهد المسلم والعربي أصبح حساساً تجاه كل ما هو أمريكي خاصة عقب فترة إحتلال العراق، مما جعله يحجم عن متابعة قناة "الحرة"، و"كانت مسألة هوية القناة سبباً في إخفاقها في كسب المشاهد العربي، فهي وإن كانت تتحدث باللغة العربية، إلا أنها في الواقع تعبر عن المواقف الرسمية للإدارة الأمريكية وتدافع عنها، وتتبنى المصالح الأمريكية في الوطن العربي، وبالتالي فإن عزوف المواطن العربي عن متابعة هذه القناة يستند إلى اقتناعه بأنها وسيلة غير محايدة، ومنحازة للموقف الأمريكي المعروف بمعاداته الأمة العربية ومساندته الكيان الصهيوني، وهي بذلك تقف في الجانب الآخر لتدافع عن سياسة الولايات المتحدة وعن جريمة انتهاك سيادة قطر عربي وإحتلاله وتدمير كيانه وزرع الفوضى فيه"².

وبحسب خبراء ومحللين، فإن إطلاق قناة "الحرة" يأتي في إطار سعى الإدارة الأمريكية لتفعيل مبادراتها لإقامة "الشرق الأوسط الكبير"، مؤكداً أن هذه القناة قد جاءت لتسويق السياسات الأمريكية في منطقة الشرق والعالم، في إطار خطة لفرض الهيمنة الأمريكية ونظام القطبية الأحادية وتحرير العالم العربي والإسلامي من قيمه الذاتية، وإنتاج نسخ عربية جديدة تتماشى مع العولمة الأمريكية من خلال بث القيم ووجهات النظر الأمريكية بين الأغاني والسطور، وهو ما يزيد من خطورتها الإعلامية"³.

ويقول جوستين مارتن Justin D. Martin، وهو مراسل لـ "كولومبيا جورناليسم ريفيو" (Columbia Journalism Review) في الشرق الأوسط من القاهرة، إن "أكثر الأشياء المنتقدة في "الحرة"، هي أن الكثير من العرب لا يعرفون أنها موجودة وكثير من أولئك الذين يجدونها يعتقدون أنها أداة من أدوات الجيش الأمريكي. وهذا الافتراض هو سابق

¹. Craig Whitlock, Hearts and Minds: A Broadcast Flop - U.S. Network Falts in Mideast Mission, article, Washington Post, Monday, June 23, 2008.

². صباح ياسين، مرجع سابق، ص 46.

³. همام عبدالمعود، مرجع سابق.

لأوائه. ولكنه معقول بالنظر إلى أنها وجدت لتحسين صورة أمريكا في العالم العربي في أعقاب غزو العراق¹.

و"في استطلاع أجري بجامعة ميرلاند وزوجني الدولية وجد أن نسبة مشاهدة الحرة في أغلبية البلدان العربية كمصر، والمغرب، والأردن، والمملكة العربية السعودية، ولبنان، والإمارات العربية المتحدة، كانت 2% في 2008. وأصبحت 1% في 2009"².

"ووجدت دراسة أجراها مركز جامعة جنوب كاليفورنيا في الدبلوماسية العامة في مدرسة أنبرغ وجدت في عام 2008 أن برامج "الحرة" كانت ضعيفة، وتفتقر إلى الجمهور. ويُنظر إليها على أنها منحازة"³، لذلك فإن "قناة تدافع دائماً عن السياسات الأمريكية لن تجذب إليها بكل تأكيد مستمعين ومشاهدين كثيرين.. وأمام الدعاية (Propaganda) الرامية إلى تسويق السياسات التي لا تحظى بالتأييد الشعبي، فستمنح الجمهور سبباً آخر لكره الولايات المتحدة"⁴. "ويُشير الخبير في وسائل الإعلام العربية في معهد "بروكينغز" شبلي تلحمي Shibley Telhami، وفقاً لبحث مسحي من مختلف الدول العربية، إلى أن العرب لا ينظرون إلى قناة "الحرة" كخيار أول للأخبار حيث إختارها 3.8% فقط كخيار ثاني"⁵.

و"الاتجاه الشامل لوسائل الإعلام العربية تجاه "الحرة" بما في ذلك قناة "الجزيرة" وموقع "إسلام أون لاين"، هو رفض الحرة ووصفها بأنها "منحرفة، ومتعالية ومتغترسة أطلقت لتلميع صورة الولايات المتحدة في المنطقة"⁶.

حتى إسم قناة "الحرة" الفضائية "يرهن على فجوات هائلة في الخطاب الإعلامي الأمريكي الراهن"⁷.

¹. Justin D. Martin, Hearts, Minds, and the Satellite Dish, article, Columbia Journalism Review, February 4, 2010.

². 2009 Annual Arab Public Opinion Survey (PDF), Anwar Sadat Chair for Peace and Development, University of Maryland with Zogby International (accessed 2011-09-17)

³. An Evaluation of Alhurra Television Programing" "USC Center on Public Diplomacy," July 31 , 2008.

⁴. كيم أندرو إليوت، الإعلام الأمريكي الموجه بين الدعاية السياسية وغياب المصادقية، مقال، الاتحاد الإماراتية - ينشر بترتيب خاص مع خدمة "نيويورك تايمز"، نقلاً عن: موقع مركز الهدى للثقافة والإعلام الرابط:
<http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/035.html>

⁵. Jeremy M. Sharp, The Middle East Television Network: An Overview, CRS Report for Congress, February 9, 2005.

⁶. Alhurra, sourcewatch, 17 December 2008, <http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Alhurra>.

⁷. حسام شاكر، قناة الحرة الأمريكية... الإعلام في خدمة الحرب، مقال، موقع إسلام أون لاين، 17 فبراير 2004م.

كما أطلقت الولايات المتحدة "بثاً إذاعياً موجهاً للمستمعين الأفغان في عهد طالبان، عندما كانت الإذاعة، ولا زالت إلى حد ما، هي وسيلة التواصل الأولى، وشبه الأخيرة؛ بين الأفغان والعالم، خاصة مع إلغاء طالبان للبث التلفزيوني بما كان هدية مجانية للغزاة المحدثين بالبلاد. وقد تزامن ذلك مع إلقاء أجهزة الاستقبال الإذاعي من الطائرات العسكرية الأمريكية بكميات سخية على مناطق تجمع الأفغان إبان تلك الحرب، لربطهم مع ما يقوله مذيعو أمريكا، إلى جانب استقبال بث "بي بي سي" المرغوب محلياً¹.

وفي 23 مارس من عام 2002 أطلق مكتب الإذاعات الدولية الأمريكية إذاعة راديو "سوا" كبديل عن إذاعة صوت أمريكا التي توقفت عن البث باللغة العربية منذ ذلك الحين، وهي إذاعة تبث الأخبار والأغاني والبرامج الخفيفة، ويتم تمويلها من قبل الكونغرس الأمريكي، ومن الملفت للانتباه أن هذه الإذاعة أصبحت تبث بعد ستة أشهر من أحداث 11 سبتمبر 2001. وهي تهدف - بحسب أصحابها - إلى "إعطاء أخبار متوازنة للشباب العربي"، بهدف تحسين صورة الولايات المتحدة الأمريكية في المنطقة.

وتبث إذاعة "سوا" على مدار الساعة في أغلب الدول العربية على موجات "آف أم" موجهة تتخذ عادة اسم الدولة المستهدفة بالبث، مثل إذاعة سوا العراق، إذاعة سوا الخليج، إذاعة سوا السودان، وإذاعة سوا المغرب. وقد يوجد بين هذه المحطات فروقات في نوعية الأغاني المذاعة على سبيل المثال، و"غلى الرغم من حشد الأغاني الشبابية والموسيقى، وإغراقها ببرامج تسلية وترفيه، إلا أن الاستماع إلى نشرة إخبارية واحدة منها يكشف أنها الناطق الرسمي باسم الحكومة الأمريكية لا غير"².

كما تقوم إذاعة راديو سوا ببث برامجها عبر موجات متوسطة لمستخدمي المذياع التقليدي، إضافة إلى بثها عبر الساتل على القمر العربي "عربسات" والقمر المصري "نايلسات". وجاءت "سوا" لتسويق السياسات الأمريكية في منطقة الشرق والعالم، في إطار خطة لفرض الهيمنة الأمريكية ونظام القطبية الأحادية وتحرير العالم العربي والإسلامي من قيمه الذاتية، وإنتاج نسخ عربية جديدة تتماشى مع العولمة الأمريكية من خلال بث القيم ووجهات النظر الأمريكية بين الأغاني والسطور، وليس كدعاية فجّة واضحة؛ وهو ما يزيد من خطورتها الإعلامية³.

1. المرجع السابق.

2. صباح ياسين، مرجع سابق، ص 46.

3. حسام عبد الحميد، "سوا" .. السياسة الأمريكية على أنغام البوب، مقال، موقع "إسلام أون لاين"، الأحد 29 ديسمبر 2002.

المبحث الثاني

الصورة الذهنية للعالم الإسلامي لدى الغرب

المبحث الثاني

الصورة الذهنية للعالم الإسلامي لدى الغرب

ظهر مفهوم الصورة الذهنية (Mental Image) كمصطلح متعارف عليه في أوائل القرن العشرين حيث أطلقه والتر ليبمان (Walter Lippmann) وأصبح أساساً لتفسير الكثير من عمليات تأثير وسائل الإعلام والتي تستهدف بشكل رئيسي ذهن الإنسان. وترعرع هذا المصطلح في أحضان الدراسات الغربية خصوصاً في ميادين علم النفس الاجتماعي. ويختلف الباحثون في استخدام المصطلح الدال على مفهوم تكوين الصورة الذهنية في مختلف مناحي الحياة، فبينما يستخدم بعض الباحثين كلمة "الصورة الذهنية" (Mental Image) — يلجأ بعضهم الآخر إلى كلمة "الصورة النمطية" (Stereotype Image)، ويُفضل فريق ثالث استخدام "الصورة المنطبعة" (Image Impression)، ويرى فريق رابع أن كلمة "الصورة المقلوبة" (Inverted Image) أدق دلالة على المراد¹.

واستخدم والتر ليبمان (Walter Lippmann) المصطلح في كتابه الشهير "الرأي العام" (Public Opinion) من عالم الطباعة ليعني الصورة النمطية في معرض إشارته إلى أن الإنسان لا يستطيع أن يحيط بالعالم كله عبر مواهبه، لذا يلجأ إلى تكوين صور في خياله عن العالم الذي لا يستطيع أن يدركه عبر التجربة المباشرة من خلال حواسه وتكون هذه الصورة مقبولة لديه. وهذه الصورة "ما هي إلا تمثيل مبسط لبيئة غير حقيقية ويتج هذا التمثيل بسبب ضيق الزمن الذي يمتلكه الإنسان في هذه الحياة من جهة ومحدودية الفرص المتاحة للتعرف الشخصي المباشر على حقائق العالم من حوله من جهة أخرى"². ويعرفها بأنها "الصورة الذهنية المشتركة التي تحملها مجموعة من الأفراد والتي تتكون غالباً من رأي مبسط أو ناقص أو مشوه وقد تمثل بموقف عاطفي تجاه شخص أو قضية أو حدث"³.

¹. د. عبدالقادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، مصر، الطبعة الثانية، 1993، ص 19.

². Walter Lipman, Public Opinion, NewYork: Macmillanco., 1922, p. 29.

³. Ibid, 89.

في معجم ويبستر للاتصال ووسائله (Webster's New World Dictionary of Media & Communication) يعرف ريتشارد وينر Richard Weiner الصورة الذهنية بأنها "مجموعة من الانطباعات والمشاعر أو الاعتقادات تتعلق بصورة المؤسسة (Corporate Image) أو وجود آخر كما يراها جمهورها ثم يقدم مجموعة التعريفات التي تتناول استعمالات تقنية أخرى للكلمة في مجال التصوير ويستدرك في "مجال العلاقات العامة محاكاة أو تمثيل شخصي أو شيء أو مفهوم الشخص، المنتج أو المؤسسة الذي يحمله الجمهور العام أو جمهور خاص"¹.

أما الصورة النمطية فيعرفها بكونها "مفهوم اصطلاحي أو رأي يعده الفرد أو الجماعة مصدراً أو مطابقاً لنموذج عام يفتقر إلى الشخصية واصله من الطباعة"²، أما في المعاجم اللغوية فنجد كلمة (Image) بمعنى فكرة أو صورة أو تمثيل (ليس بالضرورة مرئياً) في الذاكرة والخيال"³.

وإذا ما تناولنا الـ (Stereotype) فإنها فضلاً عن معناها الطباعي وبكونها "صفحة القلب الذي تصف فيها حروف الطباعة" فإنها تعني "تصوراً ثابتاً أصبح تقليدياً بمعنى غير متغير"⁴. والصورة الذهنية في معجم ويبستر Webster's New Collegiate Dictionary جاءت لتعني "التصور العقلي الشائع بين أفراد جماعة معينة ليشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه"⁵، أما الـ (Stereotype) فهي "الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام" أو "الصورة الذهنية الثابتة التي يشترك في حملها أفراد جماعة وتمثل رأياً مبسطاً أو موقفاً عاطفياً أو حكماً غير متفحص"⁶.

وفي المعاجم العربية يقدم أحمد زكي بدوي في معجم مصطلحات الإعلام تعريف (Stereotype) فقط ويسميه القلب الجامد أو الأفكار النمطية الثابتة التي يراها "مجموعة من التعليمات المتحيزة والمبالغ فيها في موضوع ما، ويأخذ ذلك فكرة ثابتة يصعب تعديلها

¹. Webster's New World Dictionary of Media & Communication, N.y , Webster new world, , 1990

p.230.

². Ibid p.464.

³. Chambers Twentieth Century Dictionary, Edinburgh chambers 1978, p, 51.

⁴. Ibid, pp, 13-25.

⁵. Webster's New Collegiate Dictionary, Spring Field, mass: G& Cimmerian co, 1977.P, 571.

⁶. Ibid, pp, 11-41.

حتى وإن توافرت الأدلة على خطئها ويستمد الفرد معتقداته النمطية من الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها"¹.

ويعرف قاموس (المورد) الـ (Image) بأنها "الصورة أو الانطباعة الذهنية أو فكرة أو مفهوم أو تصوير حي وكذلك تشبيه، استعارة، وصورة بلاغية"²، ويعرف الـ (Stereotype) "الشيء المكرر على نحو لا يتغير أو الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام وتعوزه السمات الفردية المميزة أو الصورة العقلية التي يشترك في حملها أفراد جماعة ما وتمثل رأياً مبسطاً إلى حد الإفراط أو موقفاً عاطفياً (من شخص أو عرق أو قضية أو حادثة)"³.

ولا يقدم معجم إعلامي آخر هو معجم "الاتصال والدراسات الإعلامية" (A Dictionary of Communication & Media Studies) أي تعريف لـ (Image) بينما يُعرّف الـ (Stereotype) بأنه "حكم بالغ التبسيط لشخص أو نوع من الأشخاص، مؤسسة، أو أسلوب أو حدث. والتنميط يعني أن ترتب وتصنف وتندفع في حيز ضيق للتعريف لا يسمح إلا بقليل من التعديل أو التغيير. وعملية الـ (Stereotyping) أي التنميط واسعة الانتشار لكونها ملائمة أو سهلة مثل: الاتحادات مثال ذلك، السود واليهود، والمراهقون، النساء، الاسكتلنديون، الغرباء هكذا. والتنميط أو القولية تأتي عادة وليس دائماً نتيجة للتحيز أو مرافق له وتخدم وسائل الاتصال جيداً لأنها نتاج عمليات إدراكية وتلميحات جاهزة ومن النادر ما تعرف فعلياً أي صورة نمطية: فنحن نقرأها فقط أو نسمعها أو نأخذها (مشكلة) لنا من التلفزيون"⁴.

إن الأحكام المسبقة و"الصور المقولية" و"التشبيهات" ليست إلا جوانب جزئية من مصطلح أساسي أكثر شمولاً هو "المواقف"، سواء كانت هذه المواقف في حالة "الإدراك" أو في حالة "الانفعال" أو في حالة "التروع" وليس ثمة تباين ملحوظ من هذه الجوانب الاصطلاحية، وهي تُحدد المواقف بين الأمم والشعوب والأفراد، وتحمل وسائل الاتصال

¹. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة: دار الكتاب المصري، ١٩٨٥ ص. ١٥٤.

². منير بعلبكي، المورد، بيروت: دار العلم للملايين، ١٩٨٦، ص ٤٤٩.

³. نفسه، ص ٩٠٦.

⁴. James Watson & Anne Hill, A Dictionary of Communication & Media Studies, London, Edward Arnold 1984 pp157.

وسبل التربية ومناحي الثقافة وجوانب العلوم والبحوث والدراسات والبرامج الإذاعية والمسرحية وغيرها، دوراً مهماً في تأسيس هذه المواقف وتعميمها¹.

بدايات التدخل الأمريكي في العالم الإسلامي

يرى بعض الباحثين أن الصورة النمطية "Stereotype" للإسلام والمسلمين في الذهنية الأمريكية تعود إلى سنوات طويلة من صناعة الكراهية والتضليل الإعلامي من خلال "إنجازات مذهلة للدعاية" لفكرة ثابتة لا تتغير ولا تتبدل ساهمت في تشكيل صورة شديدة التشويه والضبابية، متمسكة بالعديد من الأفكار المتكررة والأنماط الإيحائية، و"لا ريب في وجود" فكرة ثابتة" في عقول الأمريكيين، صورة عامة مشوهة وغير صحيحة وإن كانت غامضة، وهي سلبية دائماً وتناخم العنصرية أحياناً².

ولكل ذلك فإنه "ليس من قبيل المبالغة أن يرى دارسو الاستشراق الأمريكي أن الولايات المتحدة قد ورثت عن أوروبا كامل أديانها (وما رافقها من أفكار ومفاهيم وتصويرات خاطئة) حيال الشرق العربي الإسلامي، تراثه وإنسانيته وثقافته، تلك الأدبيات التي تراكمت منذ القرون الوسطى وعبر عصور التنافس والصراعات العسكرية (الفتوحات الإسلامية والحروب الصليبية والأندلسية بخاصة) حتى وقت اكتشاف أمريكا وما تلاه من هجرة أوروبية واسعة للاستقرار على أراضي القارة الجديدة"³. خاصة أن "وسائل الإعلام في الغرب تقوم بصياغة صورة مسيئة للإسلام والمسلمين وتروج هذه الصورة النمطية وترسيخها في عقول المجتمعات الغربية"⁴. و"الصور الثقافية السلبية السائدة عن العالمين

¹. سامي مسلم، صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه (8)، بيروت، الطبعة الثانية، 1986، ص 18.

². Seymour Martin Lipset, "Carter vs. Israel: What the Polls Reveal", vol. 64, no. 5 (November 1977), p. 22, and Michael W. Suleiman, "An Evaluation of Middle East News Coverage in Seven American News Magazines, July – December 1956", (M.A. Thesis, University of Wisconsin, Madison, 1961).

³. د. محمد الدعيمي، الاستشراق الاستجابية الثقافية الغربية للتاريخ العربي الإسلامي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، فبراير 2006، ص 125-126.

⁴. نورة خالد السعد، صورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي – رؤية تحليلية، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز "الآداب والعلوم الإنسانية"، م 16 ع 2، ص 3-64، 2008.

العربي والإسلامي غالباً ما كان لها تأثيرات سلبية في سياسات الولايات المتحدة في الشرق الأوسط¹.

ولا شك أن استمرار إنتاج وسائل الإعلام في الولايات المتحدة لهذه الصورة النمطية وتكرارها يتماشى مع الإستراتيجيات الأمريكية الساعية للهيمنة على العالم وتحقيق الأهداف القومية، رغم اختلاف الباحثين والدارسين "في الغرب في تحديد الأسباب التي تجعل الغربيين يواصلون إعادة إنتاج تلك الصورة، كما تختلف تفسيراتهم لهذه الظاهرة، فبعضهم يرى أن التراث الغربي الحافل بالعداء للإسلام، والذي تراكم عبر العصور لا يزال يدفع الغربيين إلى إتخاذ مواقف سلبية من الإسلام والمسلمين"².

و"تعود جذور الصورة النمطية المشوهة عن الإسلام والعرب في العقل الغربي إلى بداية العلاقة التي نشأت وتطورت بين الإسلام والمسيحية خلال القرون الأولى لظهور الدين الإسلامي. وقد تكونت خلال القرون الممتدة من القرنين الثامن إلى الثاني عشر الميلاديين صور أسطورية مزيفة عن الإسلام والعرب ظلت مهيمنة على العقل الغربي حتى وقتنا الحاضر.. إن تحليل تاريخ العلاقة بين العرب والمسلمين من جهة وبين الغرب المسيحي من جهة أخرى يمثل جانباً مهماً من جوانب الدراسة العلمية لطبيعة الصور النمطية المشوهة عن الإسلام والعرب وكيفية تكوينها في العقل الغربي عبر الأيام"³.

"وكانت القومية الثورية - لا الإسلام - تمثل في نظر الأمريكيين تهديداً لأمن الأنظمة المحافظة في الشرق الأوسط التي تقودها الأسر الحاكمة والمؤيدة للغرب... ومن المفارقات أن الولايات المتحدة كانت تأمل في الخمسينات والستينات في أن تنشئ حلفاً من الدول الإسلامية يكون ذا وزن واعتبار كافيين لمواجهة حلف "الشيوعية الملحدة" والقوى القومية العلمانية - كما يمثلها جمال عبد الناصر (الرئيس المصري الراحل)... والأهم من ذلك أن

¹. جانيس تري، دور جماعات الضغط في تشكيل سياسة الولايات المتحدة في الشرق الأوسط، من كتاب الوطن العربي في السياسة الأمريكية، سلسلة كتب المستقبل العربي (22)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، نوفمبر 2002م، ص 12.

². نورة خالد السعد، مرجع سابق، ص 9.

³. د.عبدالقادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، مصر، الطبعة الثانية، 1993، ص 39.

الولايات المتحدة كانت في فترة الخمسينات والستينات تعادي القومية العربية، بينما ترى في الوقت نفسه أن سياسات الإسلاميين تخدم المصالح الغربية"¹.

وفي أواخر سبعينيات القرن العشرين بدأت الولايات المتحدة في انتهاج سياسة جديدة في الشرق الأوسط بعد "تفجر الصحوة الإسلامية على المسرح السياسي العام. فالأحداث المحلية (كال حرب العربية - الإسرائيلية عام 1973 وما نجم منها من خطر للنفط العربي، والثورة الإيرانية (1979-1987) وأزمة احتجاز الرهائن الأمريكيين الناجمة منها) شكّلت صدمة لعدد كبير من المسؤولين الأمريكيين، ودفعتهم إلى الاعتراف بنشوء قوة جديدة كبيرة تُشكّل تهديداً للمصالح الغربية"². خاصة أن هذه التطورات "قوّضت مواقع الولايات المتحدة في بلدان العالم الإسلامي"³، حيث بدأت الولايات المتحدة في انتهاج "استراتيجية مزدوجة وتطبيقها ببالغ الحمية والجهد. فقد عززت نشاط المصالح المختصة (مصالح المخابرات والتجسس) في هذه المنطقة، وأنشأت بتسرع في قوام مصلحة المخابرات المركزية الأمريكية دائرة خاصة هي "الدائرة الإسلامية"، وشرعت تزيد القوات المسلحة على حدود بلدان آسيا الجنوبية وآسيا الجنوبية الغربية وأفريقيا الشمالية وقوّت عسكرة المحيط الهادئ والبحر الأحمر والبحر الأبيض المتوسط، وطفقت بمزيد من النشاط تستثير النزاعات على الأساس القومي والديني وغيره من الأسس بين بلدان المنطقة. وفي الوقت ذاته أخذت تقوم بدعاية واسعة للاحترام "المخلص" للثقافة الإسلامية والحضارة الإسلامية ولتعاطفها مع بلدان العالم الإسلامي ولحرصها عليها"⁴.

و"شُعِلَّت أجهزة الإعلام الغربية بتغطية الإسلام، خصوصاً منذ أن لَفَتَتْ أحداث إيران أنظار الناس في أوروبا وأمريكا إليه وشَعَلَتْهُمْ حقاً، فإذا بهذه الأجهزة تتصدى لتصوير

¹. فواز جرحس، الأمريكيون والإسلام السياسي: تأثير العوامل الداخلية في صنع السياسة الخارجية الأمريكية، من كتاب الوطن العربي في السياسة الأمريكية، مرجع سابق، ص 170-171.

². نفس المرجع، ص 171.

³. بوندارييفسكي، الغرب ضد العالم الإسلامي، من الحملات الصليبية حتى أيامنا، ترجمة الياس شاهين، دار التقدم، موسكو،

1985م، ص 3.

⁴. نفس المرجع، ص 3.

الإسلام، وتحديد ملامحه، وتحليله، وتقديم دراسات فورية عنه، ومن ثم فقد جعلته في ظنهم (معلوماً) ... ولكن هذه التغطية مضللة حتى ولو بدت شاملة"¹.

"وكانت النتيجة هي التبسيط الشديد والمخلّ للإسلام" الذي يتيح التلاعب به لتحقيق عدة أهداف معاً، من إثارة حرب باردة جديدة، إلى إثارة الكراهية العنصرية، إلى تعبئة الرأي العام لإمكان القيام بغزوة جديدة، إلى استمرار تحقير المسلمين والعرب"².

ومع ذلك فقد كان هناك عددٌ من الباحثين والمسؤولين الأمريكيين يعتقدون أن هذه الصورة النمطية ضد الإسلام والمسلمين تؤثر في اتخاذ الولايات المتحدة لقراراتها، حيث أعلن بعض مسؤولي إدارة الرئيس بيل كلينتون Bill Clinton أن مفاهيم الرأي العام والكونغرس للإسلام تضع القيود على عملية صناعة السياسة الخارجية وتؤثر فيها فعلاً. وأكد مسؤول متقاعد في وزارة الخارجية أن اعتبار الحركات الإسلامية حركات شريرة يعقّد قدرة الولايات المتحدة على تبني سياسة بناءة"³.

ومن جانب آخر، كذلك، كانت هذه الصورة النمطية ضد الإسلام والمسلمين تساعد الإدارة الأمريكية في اتخاذ خطوات قد لا يوافق عليها الرأي العام إذا لم يتم إستدعاء الصور السالبة للمسلمين في الذهنية الأمريكية، وترى الباحثة الأمريكية جانيس تيري (Janice Terry) أن "تصوير العرب والمسلمين كشياطين كان تاريخياً يجعل قرارات السياسة الخارجية سهلة التسويق إلى الجمهور الأمريكي مثل التورط العسكري الأمريكي في لبنان عام 1958م أو الهجمات الأمريكية الجارية على العراق منذ التسعينات. ومن الناحية الأخرى، كان العداء الدفين للعرب والمسلمين أحياناً يعوق الرؤساء عن تصديق سياسات لا تُجاري جو الرأي السائد أو مناخه. والمعارضة السياسية لأعمال الرئيس جيرالد فورد Gerald R. Ford أو الافتقار إلى مثل هذه المعارضة للغزو التركي لقبرص في عام 1974م، أو الصعوبات المواجهة في كسب موافقة من الكونغرس على مبيعات أسلحة إلى العربية السعودية، الخليف المخلص لأمريكا، هي أمثلة على آثار الدفع والسحب التي

¹. إدوارد سعيد، تغطية الإسلام، مرجع سابق، ص 29.

². إدوارد سعيد، تغطية الإسلام، ترجمة محمد عناني، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005م، ص 42-43.

³. فواز جرحس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثانية أكتوبر 2000، ص 84.

تولّدها المواقف السياسية السائدة. ومن الواضح أن ناشطي جماعات الدعم يتلاعبون ويستخدمون هذه الصور نفسها لتعزيز جداول أعمالهم الخاصة"¹.

كما تستفيد من هذه الصور النمطية ضد الإسلام والمسلمين جهات وجماعات لتمير سياساتها وأهدافها للإدارة الأمريكية والأجهزة التشريعية في الولايات المتحدة، خاصة جماعات "اللوبي الصهيوني"، حيث "يستخدم ممارسو الضغوط والمجموعات ذات الاهتمامات الخاصة الانطباعات والصور الإعلامية التي باتت راسخة في العقل الباطن للناس، ويكرّرونها في لازمة ثابتة للتأثير في السياسة"².

و"يُعد النفوذ الصهيوني الكبير في وسائل الإعلام الغربي أحد أهم وأخطر العوامل التي أسهمت - وما تزال - في صياغة الصورة النمطية السيئة عن الإسلام والعرب وترسيخها في العقل الغربي المعاصر"، ويأتي ذلك نتيجة "ثلاثة عوامل محددة؛ أولها تحليل علمي لواقع المجتمع الأمريكي ونقاط قوته وضعفه، ومعرفة دقيقة للقوى المؤيدة والمعارضة والمحايدة، ثم رسم سياسة إعلامية ودعائية على أساسها للتأثير على هذا المجتمع. وثانيها تنظيم دقيق، قوامه الجالية اليهودية يتغلغل في سائر مجالات المجتمع، وثالثها المال الذي يمكن هذا التنظيم من الحركة والنشاط"³.

وتتبادل وسائل الإعلام والإدارة الأمريكية الأدوار في الاستفادة من الصورة النمطية "Stereotype" للإسلام والمسلمين في ذهنية الشعب الأمريكي، لصالح خطوات من كلا الطرفين لا شك أنها سلبية في توجهاتها، إما أن تكون لتمير سياسات محددة من قبل الحكومة، أو من أجل الضغط على الحكومة لتمير مواقف معينة تخدم الشركات الصناعية الكبرى التي تُدير بشكل أو آخز مؤسسات إعلامية مؤثرة في الرأي العام.

"وكل من الحكومة ووسائل الإعلام يُدمج الأساطير والتشويهات والأفكار المقولبة عن المسلمين وشعوب الشرق الأوسط. وكما يضع البيت الأبيض جدول أعمال السياسة الخارجية وينقله إلى وسائل الإعلام بصورة معينة، فكذلك أيضاً تنقل وسائل الإعلام هذه

¹. جانيس تري، مرجع سابق، ص 52 - 53.

². جانيس ج. تري، ت/ حسان البستاني، السياسة الخارجية الأمريكية في الشرق الأوسط - دور جماعات الضغط والمجموعات ذات الاهتمامات الخاصة، الدار العربية للعلوم، بيروت، ط. أولى، 2006، ص 29.

³. د. عبدالقادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، الطبعة الثانية، 1993، ص 135-136.

الصور والإنجازات المبالغ فيها إلى الجماهير العامة. والجماهير بدورها تمتص هذه الصور لاشعورياً لتشكل من ثم الأساس لمواقف سلبية أو إيجابية تجاه شعوب أو بلدان معينة. وعلى أساس هذه الصور والمواقف يُبنى الضغط أو التأييد الشعبي على البيت الأبيض. وفي النهاية "يتجاوب" البيت الأبيض بنقل جدول أعماله إلى وسائل الإعلام. وتكرر الدورة نفسها باستمرار خالقة بذلك شكلاً من التعاون يزداد فيه تأثير كل عمل بحيث يكون التأثير الكلي أكبر بكثير من مجموع أجزائه¹.

ومع كل ذلك فإن "الكلام عن الإسلام يتعرض للتلون دون شك بألوان الأحوال السياسية والاقتصادية والفكرية التي ينشأ فيها"².

وجاءت أحداث الحادي عشر من أيلول/ سبتمبر 2001، ليتم تكثيف الصورة النمطية "Stereotype" السالبة للإسلام والمسلمين في ذهنية الأمريكيين بشكل أكبر مما سبق، واستطاعت وسائل الإعلام وإدارة الرئيس جورج بوش "الإبن" (George W. Bush) الاستفادة القصوى من الإرث التاريخي لهذه الصورة بكافة جوانبها وإيجاءاتها، ليبدأ عهداً جديداً في إدارة الصراع الدولي عبر ما عُرف بـ "الحرب على الإرهاب"، وألصقت صفة "الإرهاب" (Terrorism) بالإسلام والمسلمين، على الرغم من أن "بداية الإرهاب الدولي إرتبطت بإحتطاف إسرائيل طائرة مدنية سورية في ديسمبر عام 1954 إلى مطار اللد لإجبار السلطات السورية على إطلاق بعض جنودها المدانين بتهمة التجسس ومؤدى هذا أن جذور الإرهاب لا هي عربية ولا إسلامية"³.

وجاء عهد جديد لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه العرب والمسلمين، تلونت في كافة خطواتها ما بين الاستهداف المباشر عبر "الحرب على الإرهاب"، وغير المباشر من خلال مفاهيم التحول الديمقراطي والإصلاح السياسي ومنهج نظرية "الفوضى الخلاقة"

¹. حانيس تيري، مرجع سابق، ص 14.

². إدوارد سعيد، تغطية الإسلام، مرجع سابق، ص 41.

³. نيفين عبد المنعم مسعد، السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الدول العربية بعد أحداث الحادي عشر من أيلول سبتمبر 2001، ضمن كتاب صناعة الكراهية في العلاقات العربية - الأمريكية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط.أولى، نوفمبر 2003، ص

(Creative Chaos)، حيث "إستثمرت الولايات المتحدة أحداث أيلول/ سبتمبر على أكمل وجه لتحقيق أهداف تحدّدت سلفاً"¹.

ونشأ مشروع "الفوضى الخلاقة" (Creative Chaos) ضمن مشروع "الشرق الأوسط الكبير" (Greater Middle East) بفهم أن الفوضى تؤسس للديمقراطية، وعلى الرغم من وجود هذا المصطلح في أدبيات الماسونية القديمة إلا أنه لم يطف على السطح إلا بعد غزو العراق الذي قادته الولايات المتحدة الأمريكية في عهد الرئيس جورج بوش George W. Bush في تصريح لوزيرة خارجيته كوندوليزا رايس Condoleezza Rice أدلت به إلى صحيفة "واشنطن بوست" (Washington Post) الأمريكية في شهر نيسان 2005، حيث انتشرت بعض فرق الموت والأعمال التخريبية التي اتهمت بأنها ميسسة من قبل الجيش الأمريكي وبعض الميليشيات المسلحة التي تؤمن بأن الخلاص سيكون لدى ظهور المهدي المنتظر والذي سوف يظهر بعد حالة من انعدام الأمن والنظام.

وربط العديد من المراقبين والكتاب ثورات "الربيع العربي" (Arab Spring) بمشروع "الفوضى الخلاقة" (Creative Chaos) ضمن مساعي الولايات المتحدة الأمريكية لصياغة الشرق الأوسط الجديد الذي يتصف بعدم الاستقرار من أجل البناء والتنمية، فهذا هي العراق لا تشهد استقراراً بعد غزوها من قبل قوات التحالف بقيادتها الأمريكية، وكذلك الدول التي شهدت ثورات "الربيع العربي"، وأقر "عقب اجتماع الرئيس الفرنسي جاك شيراك (Jacques Chirac) والرئيس الأمريكي جورج بوش George W. Bush في النورمندي ما سمي بـ "الشرق الأوسط الكبير" (Greater Middle East)، وبدأ التبشير بالديمقراطية، وحينها انضمت فرنسا ومن خلفها أوروبا إلى المشروع الأمريكي الذي وقع في مستنقع العراق تحت وهم أنها ستكون شريك في العائدات النفطية، حينها وقع شيراك على قرار إعدام أصدقائه الثلاث في المنطقة صدام حسين وياسر عرفات ورفيق الحريري مقابل إطلاق هذه الفوضى ليأتي محمود عباس والعلاوي أو من بعده نوري المالكي وفؤاد السنيورة وتكون هذه ديمقراطيتهم، وأشارت نشرة مخبرية "بليك نيوز انتليجنسي"

¹. نيفين عبد المنعم مسعد، المرجع السابق، ص 224.

(Public News Intelligence) في 16 شباط 2005 إلى أن إغتيال رفيق الحريري الخطوة الأولى في مشروع "الفوضى الخلاقة" (Creative Chaos)¹.

التغطية الإخبارية واستهداف المسلمين

لعبت عاصمة صناعة السينما الأمريكية "هوليوود" دوراً رئيسياً في إدانة وتعميق الصورة النمطية السالبة للعرب والمسلمين لدى الأمريكيين، فقد لعب دوراً في "تغيير الصورة الرومانسية زمن الحرب العالمية الأولى عن العرب (البدو) وعن الصحراء فجعلتها صورة أفراد بملاح خبيثة، مدحجين بالخناجر وهم يترصدون خارج خيمة أحدهم (أو عند باب بيته) على استعداد لطعنه عند أول فرصة من الخلف. بعبارة أخرى تقوم هذه الصورة عن العربي بتقديمه كذاباً مخادعاً لا يوثق به. وهو فضلاً عن ذلك شخص قذر ولا أخلاقي، بمعنى أنه لا يتبع قواعد الأخلاق الغربية. أما النساء العربيات فينظر إليهن على العموم إما على أنهن مكبوتات كلياً وقسراً أو على أنهن "رقيق" قانع وطيع أو حريم للرجال"². وفي الفترة من عام 1896 وحتى 2004 قدمت هوليوود حوالي ألف فيلم يحتوي شخصيات عربية ومسلمة.. تم تقديم العرب في 12 فيلماً بشكل إيجابي وفي 25 فيلماً بشكل متزن وفي 900 فيلم بشكل سلبي للغاية. وأعتمد على هذه الإحصائية الفيلم التسجيلي "العرب الأشرار" الذي أخرجه سوت غالي Sot Ghali ذو الأصول الكينية واستمد مادته الرئيسة من كتاب بعنوان "الصورة النمطية السيئة للعرب وكيف تحط هوليوود من قدر الشعوب" للبروفيسور جاك شاهين (Jack Shaheen) أستاذ الإعلام بجامعة إيلينوي بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث يعالج المؤلف صورة العربي في السينما الهوليودية وتأثير تلك الصورة في شعوب أمريكا خاصة والرأي العام عامة"³.

¹. ناصر قنديل، رئيس مركز الشرق الجديد للدراسات والإعلام، برنامج الاتجاه المعاكس حلقة حول "الفوضى الخلاقة والمشروع الأمريكي، قناة الجزيرة، 3 يوليو 2007.

². ميخائيل سليمان، مرجع سابق، ص 199.

³. أنظر: سامي سهمود، العرب السيئون: مئة عام من تشويه هوليوود، موقع بي بي سي،

http://news.bbc.co.uk/1/hi/arabic/news/newsid_6426000/6426571.stm، وكذلك: عيسى أبوقانون، "العرب الأشرار"

يكشف أساليب هوليوود في تشويه صورة العرب، موقع الجزيرة.نت، -<http://www.aljazeera.net/news/pages/6cdec9c1-d8ec-42e1-a3c8-ff5bccf4bbfb>

ويتفق المراقبون في الساحة الأمريكية على أن التغطية الإخبارية السلبية للمنطقة العربية من قبل وسائل الإعلام السائدة تؤثر في تصورات الجمهور وصنّاع السياسة ومواقفهم حول المجتمعات الإسلامية¹.

وتظهر طبيعة الصورة النمطية في الذهنية الأمريكية وازدواجية المعايير (Double Standards) التي تستخدمها بشكل أوضح في حادثة تفجير مركز التجارة العالمي (فبراير 1993) وذلك عندما وصفت بعض الصحف الأمريكية خبر القبض على أحد المتهمين في الحادثة بالبنط العريض "القبض على إرهابي مسلم"، حيث ألحق تفجير مركز التجارة العالمي ضرراً بالغاً بصورة المسلمين وبوجودهم في الولايات المتحدة و"كما أشارت جريدة "نيويورك تايمز" (New York Times)، ومن خلال الربط بين "المسلمين والإرهاب المحلي في عقول العديد من الأمريكيين"، فإن هذا التفجير قد جعل من المسلمين أهدافاً ضعيفة للتمييز العنصري والسياسي، حيث "تم توثيق 119 حادثاً من قبل اللجنة الأمريكية العربية لمناهضة التمييز (American-Arab Anti-Discrimination Committee)، وهي منظمة حقوق مدنية مقرها واشنطن". .. وبعد ثلاثة أيام من تفجير أوكلاهوما في أبريل تم إحراق خمسة مساجد بالكامل... وسجلت مجموعة مكافحة التشهير 222 هجمة ضد المسلمين - التي تتراوح من البصق على النساء اللواتي يرتدين الحجاب، إلى تهديدات بالقتل، وإطلاق النار على المساجد، وقنبلة وهمة القيت على مركز مسلمين للرعاية النهارية².

وفي استطلاعين للرأي أجريا بعد التفجير مباشرة سئل مستفتون عن موقفهم من الإسلام، فأجاب أكثر من خمسين بالمئة منهم بأن: "المسلمين هم... معادون للغرب ومعادون للأمريكيين". ومن بين مختلف المجموعات الدينية التي طُلبَ إلى المستفتين ترتيبها على أساس الأكثر سلبية، جاء المسلمون في رأس القائمة³.

"وسجلت تقارير منظمة العفو الدولية حالات إعتداء على المسلمين في أمريكا الشمالية وتعليق اللافتات العنصرية على مساجدهم وإضرام النار فيها، وبدا ذلك محصلة طبيعية

¹. فواز جرجس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، مرجع سابق، ص 119-120.

². James Brooke, "Attacks on U.S. Muslims Surge Even as Their Faith Takes Hold", New York Times, 28/8/1995.

³. فواز جرجس، مرجع سابق، ص 178.

لتحميل عرب ومسلمين مسؤولية الهجمات الإرهابية على نيويورك وواشنطن من دون سند. هذا علماً بأنه على مدار عشر سنوات (من 1982 إلى 1992) تعرّض الداخل الأمريكي إلى 129 عملاً إرهابياً لم يَقم بأي منها إسلاميون، بل أمريكيون لاتينيون ويمين ويهود¹.

و"يؤكد محرّرو الأعمدة في الصحف وبشكل مستمر على أن الإسلام دينٌ عنيف، وأن المسلمين مشاركون في صراعٍ للبقاء ضد العصرية والغرب. وهكذا، أشارت العناوين الإخبارية ومقالات الرأي إلى "الناحية المظلمة من الإسلام". وطالما رُفضت تعميمات مماثلة - وبشكل ملائم - تتناول ديانات أخرى، أو مجموعات عرقية أو إثنية. أما وقد كانت هذه الإنطباعات هي السائدة، فلم يكن من المفاجئ بعد تفجير مدينة أو كلاهما مباشرةً عام 1995 أن يُخطئ الشعب ووسائل الإعلام - الذين كانوا مُعدّين لتوقع الأسوأ من العرب والمسلمين - الظن بأن هؤلاء كانوا مسؤولين عن عملية التفجير. وفقط بعد اتّضح مسألة أن المسلمين والعرب لم يكونوا مسؤولين، ظهرت المقالات الأخاذة بعناوين مزدوجة: "الإعلام يتسرّع في استنتاجه: المسلمون قاموا بالتفجير". ولكن أياً من العناوين لم يُشير إلى أن تيموثي ماكفاي كان إرهابياً مسيحياً².

وساد التحريف والتشويه مقالات تناولت الجماعات الإسلامية، كحماس الفلسطينية، وعلى سبيل المثال، إدعى مقال رئيسي في "صنداي ويك" (Sunday Week)، وهي جزء من "نيويورك تايمز" (New York Times) الصحيفة ذات المبيعات القياسية، أن التهديد السوفيياتي قد ولى. وها هو تهديد الإسلام. وقد أظهرت الصورة المرفقة بهذا الخبر ذكراً داكن العينين لم يُعرّف عنه بشرح وجيز بأنه أحد عناصر حماس، بل آية الله الخميني. ونشرت "نيويورك تايمز" فيما بعد روايتين رئيسيتين طويلتين عن حماس، وقد ظهرت إحداها تحت عنوان "الإرهاب ليس بمفرده تهديداً للسلام في الشرق الأوسط"³.

¹. نيفين عبد المنعم مسعد، السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الدول العربية بعد أحداث الحادي عشر من أيلول سبتمبر 2001، ضمن

كتاب صناعة الكراهية في العلاقات العربية - الأمريكية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط. أولى، نوفمبر 2003، ص 228.

². جانيس ج. تيري، السياسة الخارجية الأمريكية في الشرق الأوسط، دور جماعات الضغط والجموعات ذات الاهتمامات الخاصة،

ترجمة حسان البستاني، الدار العربية للعلوم، 2006، ص 34.

³. نفس المرجع ص 35.

المبحث الثالث

التأثير الدعائي وتصورات فلسفة السياسة الخارجية

المبحث الثالث

التأثير الدعائي وتصورات فلسفة السياسة الخارجية

Propaganda influence and foreign policy philosophy

ساهم العديد من المفكرين والباحثين الأمريكيين في مجالات علم الاتصال (Communication) وقياس تأثيرات وسائل الإعلام على الرأي العام، في وضع رؤية فلسفية ونظريات اتصالية، كان لها دور مؤثر في السياسات الخارجية للولايات المتحدة، إذ عززت هذه الرؤية من مكانة وسائل الإعلام ودفعتها لتلعب أدواراً مهمة، عبر الاستخدام المفرط للدعاية (Propaganda)، واستخدام الصورة النمطية (Stereotype)، وتأثيراتها المحتملة في العلاقات السياسية والثقافية بين الدول.

واستندت البحوث والنقاشات المتعلقة بالصورة الذهنية إلى افتراض أن نقل وسائل الاتصال لهذه الصور، بشكل منهجي ومنتظم، سيؤدي في نهاية المطاف إلى تشكيل رأي عام مساند أو معاد نحو الأمم التي ترتبط بها الصور المنقولة، وبالتالي إلى التأثير في صنع السياسات الخارجية نحو تلك الأمم¹، الأمر الذي عزز دور وسائل الاتصال في المجتمع، ودفع الباحثين لدراسة تأثيراتها وإمكانية الاستفادة منها في تشكيل الرأي العام.

وأظهرت الحرب العالمية الأولى (1914-1918) أن "وسائل الاتصال قد غدت أدوات ضرورية في إدارة الرأي العام من طرف الحكومات... ومع اقتراب الحرب العالمية الثانية، ظهرت العديد من المؤلفات التي غدّت فكرة القوة التأثيرية الهائلة التي تملكها وسائل الإعلام والدعاية خصوصاً"².

ودفعت هذه القوة المؤثرة المتوفرة في وسائل الإعلام الإدارات الأمريكية المختلفة للسيطرة بطرق مختلفة على وسائل الإعلام عبر الإشراف عليها، حيث أسندت إلى اللجنة الفيدرالية للعلاقات صلاحيات واسعة في مجال الإشراف على محطات الإذاعة والتلفزيون.

¹. محمد عياش، دور وسائل الاتصال في تأجيج صراع الحضارات، مقال، مجلة التسامح، العدد (3)، سلطنة عمان، <http://www.altasamoh.net/Article.asp?id=56>

². أرمان وميشال ماتلار، مرجع سابق، ص 47 - 48.

و"خلال فترة الحرب الباردة، تركز النقاش فيما يتعلق بدور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية حول فكرة مركزية ترى أن وسائل الإعلام تملك قدرة كبيرة على التأثير في صنّاع القرار أو تلعب عنصر مكملاً في صناعة السياسة الخارجية"¹.

"وتظهر العلاقة بين وسائل الإعلام الأمريكي والإدارة الأمريكية بشكل واضح في الأداء الوظيفي، فمن أجل تسهيل عملية الأداء تندفع وسائل الإعلام للتعاون بشكل وثيق مع البنتاغون، وكالة المخابرات المركزية الأمريكية (CIA) بحكم الخدمات التي قدمها البنتاغون لأجهزة الإعلام لاسيما الإذاعة والتلفزيون التي تستفيد من خدمات (المركز الإعلامي للجيش) التي تجتذب أقارب العسكريين الأمريكيين إلى الشاشة الصغيرة وإلى المذيع، مما يضيف جمهوراً من شأنه أن يزيد من الحصول على الإعلانات التي تبثها هذه الأجهزة، فضلاً عن استفادة هذه الأجهزة من البرامج التلفزيونية التي عقدها مؤسسات البنتاغون المختلفة والقوات البرية والجوية والبحرية التي تمتلك أجهزة الدعاية الخاصة بها، ... أما وكالة المخابرات المركزية الأمريكية (CIA) فلها جناح خاص للدعاية يضم نحو 800 من بين المؤسسات ومراكز المعلومات والأشخاص"².

إن الحديث عن حيادية الإعلام الأمريكي واستقلاليته، يواجه نقداً عالياً من قبل اختصاصيي الإعلام والمراقبين، فالبعض منهم يعتبر وسائل الإعلام الأمريكية المهيمنة هي نفسها أعضاء في مؤسسة النخبة والأعمال. حيث يؤكد إدوارد هيرمان (Edward Hermann) أن وسائل الإعلام تشكل في الواقع الذراع الداعم للنخبة المسيطرة. وتناقش القضايا وتعرضها ضمن إطار مرجعي مقبول"³.

وتميل وسائل الإعلام بانتظام إلى الاعتماد بشكل مفرط على الحكومة كمصدر أخبار، حيث يشير ليون سيغال (Leon Sigal) في دراسة كلاسيكية إلى أن ثلاثة أرباع أخبار الصفحات الأولى لصحيفتي "واشنطن بوست" (Washington Post) و"نيويورك تايمز" (New York

¹. إستيرق فؤاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق تحليل مضمون مجلة نيوزويك - النسخة العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، 2009، ص 71.

². سلافه فاروق الزغي، فلسفة الإعلام الأمريكي والشبكات الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (8)، مارس 2010، ص

³. Edward S. Herman, "The Media's Role in U.S Foreign Policy", Journal of International Affairs, vol. 47, no. 1 (Summer 1993), p.25.

(Times) تعتمد على مصادر رسمية¹. فمن المسلم به في النظام السياسي الأمريكي أن الصحافة تُنفذ مجموعة متنوعة من الوظائف وتؤدي دوراً نشطاً في السياسة الخارجية².

وأعتبر هارولد لاسويل (Harold Lasswell) في كتابه (تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية) (Propaganda Techniques in the World War) أن "الدعاية تتناغم مع الديمقراطية، فالدعاية تمثل الوسيلة الوحيدة في خلق الإلتواء والولاء لدى الجماهير، إضافة إلى كونها أكثر اقتصادية من العنف والفساد والتقنيات الحكومية الأخرى من هذا النوع"³.

ووضع لاسويل (Lasswell) بذلك الأساس التمهيدي لمنهج الدعاية التضليلية بربطها مع مفهوم الديمقراطية، وتطور الأمر للتلاعب بوسائل الإعلام، وإخفاء الحقائق، وتزييف الوعي من قبل الإدارات الأمريكية المتعاقبة وجماعات المصالح المختلفة داخل المجتمع الأمريكي.

وأظهرت صور حرب الخليج الثانية أوائل عام 1991 عبر شبكات التلفزة المختلفة أنها حرب لم تُرق فيها دماء، وهو ليس سجلاً كاملاً للحرب، فالنظام العسكري لإدارة وسائل الإعلام يمنع بفاعلية سرد القصة الحقيقية؛ ففي أيار/ مايو 1991 عندما اتضح المدى الحقيقي للتلاعب بأجهزة الإعلام، تحركت الجمعية الأمريكية لمحري الصحف لتصف الطريقة التي تعاملت بها المؤسسة العسكرية مع وسائل الإعلام في حرب الخليج الثانية قائلة إنها "... إهانة دولية لمهنة الصحافة"⁴.

ولجأت القيادة العسكرية الأمريكية إلى مجموعة من الأساليب من أجل السيطرة على وسائل الإعلام والمعلومات والدعاية خلال فترة الحرب على العراق، ومنها شراء وزارة الدفاع الأمريكية حق الصور التي كان يلتقطها القمر "إيكونوس" (Ikonos)، وهذا القمر لديه قدرة عالية على إعطاء صور شديدة الوضوح لما يحدث على الأرض بما في ذلك حث الضحايا المدنيين، كما لجأت القيادة العسكرية إلى السيطرة على المعلومات، وذلك من خلال نظام جديد اتبعته الإدارة الأمريكية في تغطية العمليات العسكرية، وهو ما يعرف باسم "الصحافيين المرافقين" (Embedded Journalists)، فقد فتح هذا النظام الباب للمراسلين الصحافيين

¹ Ibid, pp. 26.

² Abbas Malek, New York Times' Editorial Position and The U.S. Foreign Policy: The Case of Iran, Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, (39th, San Francisco, CA, May 25-29, 1989).

³ أرماني وميشال ماتلار، مرجع سابق ص 47.

⁴ بيتر يونج وبيتر جيسر، الإعلام والمؤسسة العسكرية، مرجع سابق، ص 7.

لمصاحبة الوحدات العسكرية والإقامة معهم إقامة كاملة بعد تلقيهم تدريبات معينة ومقابل خضوعهم لقواعد يفرضها المسؤولون العسكريون¹.

"إن الرقابة الشديدة على المعلومات وحرية الحركة قد أدتا إلى تغطية إخبارية عرضت "حرباً نظيفة" لم تبرز فيها الإصابات البشرية والدمار الهائل. وبإنشاء المجمعات الصحافية كان على وسائل الإعلام إما أن تتبع بدقة تعليمات وزارة الدفاع الأمريكية أو أن تمنع فعلياً - من قبل قطاعات أخرى من وسائل الإعلام أو الجيش - من تقديم تحقيقات صحافية حساسة وشاملة إبان حرب الخليج"².

ووضع لاسويل (Lasswell) فرضية تتمحور حول خضوع الجمهور من دون وعي لثنائية المثير والاستجابة، فوسائل الإعلام يُفترض فيها أن تعمل حسب مبدأ "الإبر المخدرة" (The Hypodermic Needle)، وهو المصطلح الذي نحت لاسويل (Lasswell)، للإشارة إلى التأثيرات المباشرة والجماعية لوسائل الإعلام على الجمهور المشتت.

لذلك ففي حرب الخليج "رأى الجمهور الأمريكي صوراً وتقارير لا عد لها عن قتال جديدة "ذكية" منطلقة نحو أهداف عسكرية خاصة؛ ورسومات تخطيطية تم إنتاجها بدقة تامة لما كانت تراه قاذفات القنابل الأمريكية عند إطلاقها صواريخ الباتريوت، وسماء برتقالية رائعة مضاءة بتلك الأسلحة الدقيقة النظيفة، ثم تنتقل شبكات التلفزيون من هذه الصور لتأخذ مشاهديها إلى غرف دراسة ومكاتب "الخبراء" من الجنرالات ووزراء الخارجية السابقين وآخرين من صنّاع الرأي الذين يشرحون ما كان يجري مشدوهين مرة أخرى بالتقانة الجديدة المذهلة التي سمحت للولايات المتحدة بأن تقاتل دون أن تدفع ثمناً باهظاً من إراقة الدماء"³.

وتناغمت فرضية لاسويل مع النظرية النفسية الرائجة آنذاك: علم نفس الحشود (The psychology of crowds) لـ لو بون (Le Bon)؛ التوجه السلوكي (Behavioral orientation)، الذي ظهر سنة 1914، على يد جون ب. واتسون (John B. Watson)؛ نظريات الروسي إيفان ب. بافلوف (Ivan P. Pavlov) حول الشرط العكسي؛ دراسات أحد رواد علم النفس الاجتماعي، البريطاني وليام ماك دوغل (William McDougall)، الذي قال إن بعض الدوافع البدائية أو الغريزية وحدها يمكن أن تفسر لنا سلوكيات البشر والحيوانات.

¹. إستيرق فزاد وهيب، مرجع سابق، ص 113.

². فواز جرحس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تُصنع؟ ومن يصنعها؟، مرجع سابق، ص 125.

³. المرجع السابق، ص 125.

وتدعيماً لرأيه، قام بفهرسة القوى البيولوجية التي يمكن أن تكون دافعاً لذلك. وقد دعمت هذه التيارات المختلفة نفسها بعدة منهجية استوحيتها من العلوم الطبيعية¹.

لذلك جاء بناء الخطاب الإعلامي الموجه وهو يأخذ في اعتباره الكثير من خصائص الرأي العام، معبراً بشكل واضح عن منهج "سيكولوجية الحشود" التي منحها محتواها المعرفي كل من السيسولوجي الإيطالي سيبو سيجب (Scipio Sighele) (1868-1913)، والطبيب الفرنسي المتخصص بالأمراض النفسية غوستاف لو بون (Gustave Le Bon) (1841-1931)، حيث تبني كل منهما الرؤية القائلة بإمكانية التحكم التوجيهي التضليلي في المجتمع².

أركان صناعة السياسة الخارجية

وتُشكل معاهد ومراكز الأبحاث الأمريكية المعروفة باسم "Think Tanks" - أي مراكز التفكير - مدخلاً أساسياً للعديد من جماعات الضغط للتأثير في مسارات اتخاذ القرار لدى الإدارة الأمريكية، إذ تمارس نفوذاً هائلاً ضمن العديد من جماعات المصالح الكثيرة في صناعة السياسة الأمريكية تجاه العالمين الإسلامي والعربي.

ويقول مدير السياسات والتخطيط في وزارة الخارجية الأمريكية ريتشارد هاس (Richard N. Hass) إن مؤسسات الفكر والرأي (Think Tanks) لعبت دوراً مهماً في التأثير على صناعة السياسات الخارجية للولايات المتحدة منذ ما يُقارب من مائة عام، لكنها الأقل تقديراً، إذ تعمل هذه المؤسسات بعيداً عن أضواء وسائل الإعلام، وتُحظى باهتمام أقل من مصادر أخرى للسياسة الأمريكية مثل صراعات جماعات المصالح، والمناورات بين الأحزاب السياسية، والتنافس بين فروع الحكومة، ورغم هذا الملف المنخفض فإنها تؤثر على صانعي السياسة الخارجية الأمريكية بخمس طرق مختلفة هي: توليد الأفكار المبتكرة والخيارات للسياسة، توفير مجموعة جاهزة من الخبراء للعمل في الحكومة، توفير أماكن لإجراء مناقشات على مستوى عالٍ، تنقيف المواطنين الأمريكيين عن العالم، واستكمال الجهود الرسمية للتوسط لحل الصراعات³.

وفي 7 يوليو 1986 تم إكتشاف وثيقة "الأسلحة الصّامتة للحروب الهادئة" (Silent Weapons for Quiet Wars) عن طريق الصدفة في طابعة (IBM) معروضة للبيع في مزاد، وهذا النص

¹. أرمان وميشال ماتلار، المرجع السابق، ص 48.

². أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الإتصال، ترجمة د. نصر الدين لعباضي، د. الصادق رابح، مركز دراسات الوحدة العربية، ط. ثالثة 2005م، ص 34.

³. Richard N. Hass, Think Tanks and U.S Foreign Policy: A policy-maker's Persepective, Article, U.S Foreign Policy Agenda, Magazine, volume 7, Number 3, November 2002, p5.

كان في حوزة المخابرات التابعة للبحرية الأمريكية، وتركت المعلومات والبيانات الواردة فيها إعتقاداً بأنها ترجع لمجموعة بيلديبرغ (Bilderberg Group) - وهي إحدى مؤسسات الـ (Think Tanks) - وكتبت مع بدايات "الحرب الباردة" في مايو 1979، وهي عبارة عن كتيب أو دليل للتحكم في البشر عبر وسائل الإعلام.¹

وتحدد الوثيقة عدداً من الإجراءات لتأمين "السلاح الصامت" و"السيطرة على الجمهور" (Gaining Control of the Public) للحفاظ على جمهور غير منضبط ويجهل مبادئ النظم الأساسية، وإغراقه "بوابل مستمر من الجنس والعنف والحروب في وسائل الإعلام - خاصة التلفزيون والصحف"، و"إبقاء الجمهور مشغولاً، مشغولاً، مشغولاً، مع عدم وجود وقت للتفكير، يعود إلى المزرعة مع بقية الحيوانات" (Keep the public busy, busy, busy, with) (no time to think; back on the farm with the other animals)، على أن تلعب وسائل الإعلام - كذلك - دوراً في حفظ إنتباه جمهور الراشدين بعيداً عن القضايا الاجتماعية الحقيقية، وأسيراً لوسائل لا أهمية حقيقية لها.²

ويشير الكاتب سيلفان تيمسيت (Sylvain Timsit) إلى أن البروفيسور نعوم تشومسكي (Noam Chomsky)³ وضع قائمة بعشر إستراتيجيات يستخدمها سادة العالم (Masters Of The World) للسيطرة على الشعوب عبر وسائل الإعلام، إعتقاداً على ما ورد في "الأسلحة الصامتة للحروب الهادئة" (Silent Weapons for Quiet Wars)، وهي:⁴

- 1 - إستراتيجية الإلهاء (The Strategy of Distraction).
- 2 - إستراتيجية ابتكر المشاكل ... ثم قدم الحلول (Create problems, then offer Solutions).
- 3 - إستراتيجية التدرّج (The Gradual Strategy): لكي يتم قبول إجراء غير مقبول، يكفي أن يتم تطبيقه بصفة تدريجية.

¹. Silent Weapons for a Quiet War, Document, An Introductory Programming Manual, Operations Research, Technical Manual,
<http://www.theforbiddenknowledge.com/hardtruth/silentweaponsforquietwars.htm>

². Ibid, p 19-20.

³. بعض الدراسات والمقالات تُشير إلى نفي نعوم تشومسكي لوضع هذه القائمة أنظر: <http://piermarton.info/chomsky-10-manipulations>

⁴. Sylvain Timsit, "Top 10 Media Manipulation Strategies. Paris. September 21, 2010. Article:
<http://www.syti.net/Manipulations.html>

4- إستراتيجية المؤجل (The Strategy of Deferring): بإكساب القرارات المكروهة القبول وحتى يتم تقديمها كدواء "مؤلم ولكنه ضروري".

5- إستراتيجية مخاطبة الشعب كمجموعة أطفال صغار (Go to the Public as a little child).

6- إستراتيجية استئثار العاطفة بدل الفكر (Use the emotional side more than the reflection).

7- إستراتيجية إبقاء الشعب في حالة جهل وحماقة (Keep the public in ignorance and mediocrity).

8- إستراتيجية تشجيع الشعب على استحسان الرذالة (To encourage the public to be complacent with mediocrity).

9- إستراتيجية تعويض التمرد بالإحساس بالذنب (Self-blame Strengthen).

10- إستراتيجية معرفة الأفراد أكثر مما يعرفون أنفسهم (Getting to know the individuals better than they know themselves).

وتوضح الأستاذة في جامعة ميتشغن (Michigan University) جانيس تيري (Janice Terry) أن "قرارات السياسة الخارجية هي نتيجة لعب متبادل معقد بين عدد من الوكالات الحكومية تضم: وزارة الخارجية والبنطاغون (Pentagon) (وزارة الدفاع)، ووكالة الاستخبارات المركزية (CIA)، والكونغرس والرئيس ومجلس الأمن (NCS)، ومنذ الحرب العالمية الثانية انخفض مستوى تدخل الكونغرس بصورة عامة وارتفعت وتيرة تدخل الرئيس ومستشاريه المقربين، ومجلس الأمن القومي بصفة خاصة¹.

إن "فهم السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الوطن العربي [والإسلامي] يتطلب فهماً أعمق للمصادر المجتمعية والثقافية والحضارية والأمنية التي تُغذي تصورات الأمريكيين حول العرب والمسلمين"².

وتضع الولايات المتحدة المنطقة العربية [والإسلامية] - أي ما يُسمى في لغتها "الشرق الأوسط" - في صلب المناطق الأكثر حيوية وأهمية لمصالحها الإستراتيجية في العالم. وتعود هذه الأهمية إلى ثلاثة أسباب رئيسية: وجود أكبر احتياطي عالمي للنفط في البلاد العربية - الخليجية

¹. جانيس تيري، مرجع سابق، ص 11 و13.

². فواز جرجس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تُصنع؟ ومن يصنعها؟، مرجع سابق، ص 13.

بخاصة - وقيام الكيان الصهيوني - حليفها الإستراتيجي - في قلب الجغرافيا العربية، ثم الموقع الجيوستراتيجي المميز للوطن العربي عند ملتقى ثلاث قارات (آسيا وأفريقيا وأوروبا). بما فيه مرور خط التجارة الدولي الرئيس (تجارة الطاقة) من ممرات بحرية تساحلها البلاد العربية (المتوسط، الأحمر والخليج)، وتحكم البلاد العربية [والإسلامية] - كلاً أو جزءاً - في أهمّ المضائق والخلجان على هذا الخط المائي الممتد من جبل طارق إلى مضيق هرمز، مروراً بقناة السويس وخليج العقبة وباب المندب"¹.

وأظهرت كثير من الدراسات أن وسائل الإعلام الأمريكية تعد مؤيدة بصفة عامة للسياسة الخارجية الأمريكية، كما تعكس افتتاحيات الصحف وجهات نظر صانعي السياسة، وتعد أهداف السياسة الخارجية الأمريكية ذات تأثير مهم على تناول القضايا الخارجية في التغطية الإخبارية، مما يفتح الباب أمام تدخل وسائل الإعلام الأمريكية في الشؤون الداخلية للدول العربية والإسلامية، وقد ساعدها في ذلك السياسات الداخلية لبعض الدول العربية والإسلامية والمتعلقة بانتهاك حقوق الإنسان وكبت الحريات العامة وانتهاج سياسات اقتصادية ضاعفت من الفقر وأدت لتوزيع غير عادل للثروات، حتى وإن جاء ذلك التدخل عبر "كلمة حق أريد بها باطل".

وتفتقر وسائل الإعلام بالعموم إلى الحياد فيما يتعلق بالمصالح القومية للنظام السياسي الذي تنتمي إليه، خاصة في أوقات الصراعات الدولية، وأثبتت بعض الأبحاث والدراسات وجود اتساق بين السياسة الرسمية وبين التغطية الصحفية، حيث خلص عباس مالك (Abbas Malek) (1988) إلى وجود تشابه بين موقف معالجات الرأي في صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) وسياسة الحكومة الأمريكية تجاه إيران وذلك في الفترة من 1981-68 لاسيما خلال الفترة السابقة على الثورة الإيرانية 1978-68، وكذلك خلال أزمة الرهائن².

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه الباحثة ساندرا ديكسون (Sandra H. Dickson) من أن التغطية الصحفية الأمريكية تعمل على مؤازرة الموقف السائد للحكومة الأمريكية في الأزمات المتعلقة بالسياسة الخارجية لاسيما في حالة تناول الصراعات بين الولايات المتحدة وغيرها من الدول. حيث أجرت من خلال الدراسة تحليلاً لمضمون تغطية صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) للغزو الأمريكي لبنا خلال الفترة من 1989 - آذار 1990. وقد كشفت

¹. الوطن العربي في السياسة الأمريكية، مجموعة كتاب، مركز دراسات الوحدة العربية، ط.أولى، بيروت، نوفمبر 2002، ص 7.

². Abbas Malek, Ibid, p.

نتائج الدراسة عن أن هذه الصحيفة إعتمدت إعتماً أساسياً على المسؤولين الحكوميين الأمريكيين كمصادر للمعلومات وعلى الرغم من إتاحة الصحيفة المجال لتوجهات عديدة غير حكومية إلا أن التوجهات الحكومية سيطرت بشكل واسع على الجدل¹. وللمصادر الحكومية أسرع وسيلة للحصول على معلومات حساسة حول السياسة الخارجية، مما ينتج عنه أن المسؤولين يلعبون دوراً متزايداً في تقرير ما هي الأخبار². وبالعوم فإن وسائل الإعلام تعمل على إضفاء الشرعية على المواقف الأمريكية، بل وفي أحياناً تسهم في تشكيلها، فالأهمية المتصاعدة لوسائل الإعلام في الشؤون العامة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية قد حولتها من مشاهد خفي تقريباً إلى فاعل رئيسي في الميدان السياسي³. ومع ذلك فهناك عدم إرتياح للإعلام، ربما يعود إلى دوره المتزايد في تكوين الرأي العام ونقل المعلومات غير الدقيقة عن الأمور المحلية والعالمية. فعلى سبيل المثال كانت تغطية وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة لأحداث معينة مثل واكو وقضية أو كلاهوما وتفجير مركز التجارة العالمية العالمي في نيويورك وقضية سيمبسون (O. J. Simpson) وقضية ريتشار جويل وسقوط طائرة تي. دبل يو. أي (TWA) وفضيحة مونيكالووينسكي سطحية وغير دقيقة ومثيرة وتدعم الإتهام بأن وسائل الإعلام هي أجهزة سلبية ومتحيزة، وتتحكم بها الرغبة في الإثارة والتسلية حتى في تعاملها مع الأحداث.. وأصبحت تلعب دور النصير وبخاصة في القضايا الخارجية⁴.

¹. إستيرق فؤاد وهيب، مرجع سابق، ص 62.

². إدمون غريب، الإعلام الأمريكي والعرب، من كتاب الوطن العربي في السياسة الأمريكية، سلسلة كتب المستقبل العربي (22)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، نوفمبر 2002م، ص 205.

³. فواز جرحس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، مرجع سابق، ص 119.

⁴. إدمون غريب، مرجع سابق، ص 204-205.

الفصل السادس

الإطار الميداني

المبحث الأول:

نشأة وتطور صحيفتي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

المبحث الثاني:

إجراء الدراسة الميدانية وإختيار العينات

المبحث الثالث:

تحليل محتوى إفتتاحيات "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

الفصل السادس

الإطار الميداني

Field framework

مدخل (Preface):

أصبحت سيطرة اليهود على وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية من الظواهر الواضحة التي لا تحتاج إلى دراسات تأكيدية، ففي الوقت الذي تقذف فيه المطابع الأمريكية يومياً بـ 1759 صحيفة يتلقفها 61 مليون أمريكي منها 593 صحيفة يومية، إضافة إلى 668 صحيفة أسبوعية تصدر كل يوم أحد ويشرف على توزيع هذا العدد الهائل من الصحف حوالي 1700 شركة للتوزيع، يسيطر اليهود سيطرة كاملة على نصفها، وسيطرة أقل على النصف الباقي. أما عدد المجلات الأسبوعية فيبلغ 8000 مجلة. وتعتبر صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) واحدة من أشهر الصحف الأمريكية اليومية، وترجع سيطرة اليهود عليها إلى عام 1896. عندما انتهر اليهودي "أدلف أوكس" (Adolph Ochs) فرصة وقوعها في أزمة مالية فسارع إلى شرائها بثمن بخس من صاحبها هنري جارفيس ديموند (Henry Jarvis Raymond) وجورج جونين (George Jones) اللذين أسسها في عام 1841.

وتأتي صحيفة "واشنطن بوست" (Washington Post)، التي صدرت في عام 1877، في المرتبة الثانية بعد "نيويورك تايمز" (New York Times) من حيث خضوعها للسيطرة اليهودية وتستأثر "واشنطن بوست" بأهمية خاصة بسبب انتشارها في أوساط الأجهزة الحكومية الأمريكية التي تتحكم في رسم سياسة الولايات المتحدة. وقد بلغ حجم توزيعها عام 1980 إلى 620 ألف نسخة ويسيطر اليهود سيطرة كاملة محكمة على "ديلي نيوز" (Daily News) و"نيويورك بوست" (New York Post) التي توزع 740 ألف نسخة في عام 1981 و"ستار ليدجر" (Star Ledger) و"سن تايم" (Sun Time) ويمتلك "وليام هيرست" (William Randolph Hearst) زوج اليهودية ماريون ديفيز (Marion

(Davies) عدة مجلات منها المجلة المتزلية الشهيرة "قود هاوس كيينغ" (Good house keeping)¹.

وتمتد أذرع الأخطبوط الصهيوني إلى الصحافة الفنية المتخصصة في الولايات المتحدة وتبرز السيطرة بوضوح علي صفحات مجلة فارايتي (Variety) الفنية السينمائية التي نشرت نداءً على صفحة كاملة يحمل توقيع 171 سينمائياً غالبيتهم من اليهود يعلنون فيه عن تبرعهم بمبالغ مالية كبيرة لدعم الحملة الإنتخابية لعدد من المرشحين للكونجرس الأمريكي من المتعاطفين مع الكيان الصهيوني وكان النداء يحمل العناوين التالية:

- مساندة المرشحين الذين يؤمنون بإسرائيل لا يخدم اليهود وإنما يخدم الأمريكيين.
- أفضل طريقه للدفاع عن مصالح أمريكا في الشرق الأوسط هي انتخاب 50 عضواً في الكونجرس يؤمنون بأن بقاء إسرائيل هو أفضل ضمان لمصالح أمريكا هناك.
- الإيمان بإسرائيل يقوي الولايات المتحدة.

وفوق كل ذلك فإن جماعات الضغط اليهودية (Jewish lobbyists) تلعب دوراً مهماً في التأثير على السياسات الخارجية الأمريكية، و"من المستحيل أن تنشر صحيفة "نيويورك تايمز" أو "واشنطن بوست" أية مقالة نقدية تتجاوز الأطر العامة للسياسة الخارجية الأمريكية أو النخبة السياسية المتمثلة في هاتين الصحيفتين النافذتين"².

وفي هذا الفصل يدرس الباحث في المبحث الأول نشأة وتطور صحيفتي "واشنطن بوست" (Washington Post) و"نيويورك تايمز" (New York Times) والتطورات التي شهدتهما منذ بداية صدورهما منتصف القرن التاسع عشر، وما شهدتهما من إنتقالات في الملكية، والدور المؤثر في تشكيل الرأي العام.

ويحدد المبحث الثاني إجراء الدراسة الميدانية وإختيار العينات، حيث يُقوم هذا البحث بشكل وصفي ونوعي، محتوي الافتتاحيات المتعلقة بالعالم الإسلامي في صحيفتين أمريكيتين هما "نيويورك تايمز" (New York Times) و"واشنطن بوست"

¹ . Six Jewish Companies Control 96% of the World's Media, Article, <http://theunjustmedia.com/Media/April10/Six%20Jewish%20Companies%20Control%2096%25%20of%20the%20World's%20Media.htm>.

² . فواز حرجس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثانية

أكتوبر 2000، ص 13.

(Washington Post)، خلال الفترة من سبتمبر 2001 حتى سبتمبر 2003، وبشكل محدد حاول الباحث في هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالكيفية التي عالجتها بها افتتاحيات هذه الصحف القضايا المتعلقة بالعالم الإسلامي، وربطها بأحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001.

أما المبحث الثالث من الفصل السادس فيحتوي على الدراسة التطبيقية بتحليل محتوى افتتاحيات "واشنطن بوست" (Washington Post) و"نيويورك تايمز" (New York Times)، حيث يستخدم الباحث في هذه الدراسة تحليل المضمون الكيفي كأسلوب رئيسي للإجابة عن الأسئلة البحثية المطروحة.

المبحث الأول

نشأة وتطور صحيفتي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

المبحث الأول

نشأة وتطور صحيفتي "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز"

"واشنطن بوست" (Washington Post)¹

أسس ستلسون هيتشيتز (Stilson Hutchins - 1838-1912) صحيفة "واشنطن بوست" (Washington Post) في عام 1877، وصدر عددها الأول يوم الخميس الموافق 6 ديسمبر، وفي عام 1880 بدأ بإصدار نسخة يوم الأحد، وبذلك أصبحت أول صحيفة في المدينة تصدر سبعة أيام في الأسبوع، وبعد مرور ثلاث سنوات من تاريخ صدورها أصبحت "واشنطن بوست" الصحيفة الأولى اليومية في العاصمة الأمريكية.

وفي عام 1889، باع هيتشيتز (Hutchins) الصحيفة إلى فرانك هاتون (Frank Hatton)، وهو مدير عام سابق لمكتب البريد، وإلى بريا ويلكتر (Beriah Wilkins)، وهو عضو نظام الاحتياطي الفدرالي عن ولاية أوهايو. وبعد عدة أحداث تعاقبت على الصحيفة، عرضت للبيع في المزاد العلني في عام 1933، بعد تعرضها للإفلاس، فاشترها عضو نظام الاحتياطي الفدرالي المحافظين، يوجين ماير (Eugene Meyer)، الذي أعاد الصحيفة إلى مكانتها وسمعتها. ولتعرف بعدها فترة تطور كبير في التوزيع، وازدادت قوتها بعد ذلك حين أقدمت على شراء منافستها اليومية صحيفة "واشنطن تايمز هيرالد" سنة 1954.

وبعد نجاح يوجين ماير (Eugene Meyer) كناشر خلفه في عام 1946 صهره فيليب غراهام (Philip Graham)، وبعد وفاة فيليب في عام 1963 تسلمت إدارة "واشنطن بوست" زوجته كاثرين غراهام (Katharine Graham) (1917-2001).

وفي تلك الأثناء لم تكن هناك أي امرأة قد شغلت هذا المنصب بعد، وكانت أول من يترأس إدارة صحيفة محلية واسعة الانتشار، وقامت لاحقاً بإسناد المهام إلى ابنها ولم تسند أي مهام إلى ابنتها، وشغلت منصبها كناشر في الصحيفة من 1969 حتى 1979،

¹. Look:

The Washington Post Company, History,

<http://www.washpostco.com/phoenix.zhtml?c=62487&p=irol-history1875>.

The Washington Post, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Washington_Post.

واستمرت في منصبها رئيساً لمجلس الإدارة والرئيس التنفيذي لشركة "واشنطن بوست" حتى بداية التسعينات، ثم احتفظت في منصبها كرئيس اللجنة التنفيذية حتى وفاتها في عام 2001.

خلفها في منصبها كناشر في عام 1979 دونالد غراهام (Donald E. Graham)، وهو ابنها، وفي بداية التسعينات أصبح رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي. وفي عام 2000 أصبح المدير التنفيذي بويسفيولت جونز الابن (Boisfeuillet Jones, Jr)، وبقي غراهام (Graham) في منصبه كرئيس لمجلس الإدارة.

فازت الصحيفة 47 مرة بجائزة بوليتزر، منها ست جوائز بوليتزر منفصلة منحت للصحيفة في عام 2008، ثاني أكبر يمنح لصحيفة في سنة واحدة. كما حصلت صحيفة واشنطن بوست على زمالة نيومان 18 مرة وعلى 368 جائزة من جمعية مصورين صحفي البيت الأبيض. تعود ملكية الصحيفة لشركة واشنطن بوست، وهي شركة اعلامية وتعليمية، وتملك أيضاً شركة كابلان والعديد من وسائل الإعلام الأخرى، والمحطات التلفزيونية وشركات الكابل التلفزيونية والمواقع الإلكترونية ومجلات تكنولوجيا المعلومات، وعدد من الصحف ذات الطابع الاجتماعي تصدر في ولاية ميريلاند، ومن أهم إصداراتها مجلة "نيوزويك" التي تنتشر خارج أمريكا.

أنشأت الصحيفة أول نسخة إلكترونية لها على الإنترنت في العام 1996.

وتتضمن طبعات الصحيفة اليومية بما فيها يوم السبت الأقسام التالية:

القسم الرئيسي، يحتوي على صفحتها الأولى، والأخبار الوطنية والدولية والأعمال والسياسة، والافتتاحيات والآراء.

القسم الأكبر، يحتوي على الأخبار المحلية، قسم الابداع مع ميزة الكتابة عن ثقافة البوب والسياسة والفنون الجميلة وأداء الفنون، والأفلام، والأزياء، وأخبار المجتمع، إلى جانب أعمدة النصائح والكوميديا وقسم الرياضة والإعلان المبوب.

عددها الذي صدر يوم الأحد يشمل الأقسام التي تنشر في كافة أيام الأسبوع، إضافة إلى توقعات (الآراء)، والفنون، والسفر، والكاريكاتير، وبرامج التلفزيون في الأسبوع، ومجلة "واشنطن بوست". يختلف نمط الصحيفة يوم الأحد عن باقي أيام الأسبوع، يكون شكل

صحيفة هو التابلويد، الأقسام الأسبوعية الإضافية خلال أيام الأسبوع هي: الصحة والعلوم يوم الثلاثاء، الغذاء يوم الأربعاء، الحياة اليومية (المتزل والحديقة) يوم الخميس، وعطلة نهاية الأسبوع، مع إدراج أي تفاصيل تحدث في المنطقة المحلية يوم الجمعة. ويكون إصدار آخر يومين في الأسبوع على شكل التابلويد.

فضيحة "وترغيت" (Watergate Scandal)

عززت فضيحة "وترغيت" (Watergate Scandal) التي كشفت خيوطها صحيفة "واشنطن بوست" من مكانة الصحيفة وزادت من شهرتها في أوساط وسائل الإعلام الأمريكية، ودفعتها لتتواءم مكانة خاصة لدى الرأي العام الأمريكي ولدى النخبة وصناع القرار في الإدارات الأمريكية المتعاقبة.

استطاع الصحافيان بوب وودوارد (Bob Woodward) و كارل برنشتاين (Carl Bernstein) من صحيفة "واشنطن بوست" (Washington Post) كشف تفاصيل أكبر فضيحة سياسية في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية في سبعينيات القرن العشرين، تتعلق بعملية تجسس من قبل مستشاري الرئيس ريتشارد نيكسون (Richard Nixon) في مقر اللجنة القومية للحزب الديمقراطي.

بدأت القصة في 17 يونيو عام 1972 حينما لاحظ أحد حراس مبنى وترجيت وجود شريط لاصق يغطي أقفال عدة أبواب في المبنى ويقوم بازالته، لتتم إعادة وضعه على الأقفال من جديد. قام الحارس باستدعاء الشرطة بعد أن ساوره الشك حول الشريط اللاصق، واقتحمت الشرطة المكان لتلقي القبض على خمسة أشخاص يقومون بزرع أجهزة تنصت على المكالمات الهاتفية للجنة القومية للحزب الديمقراطي. وفي 15 سبتمبر 1972 وجهت هيئة المحلفين تم التهم للجنة القومية للحزب الديمقراطي. وفي شهر يناير من عام 1973 أدين المتهمون في القضية وقاضي المحكمة وكثير من الشهود ولجنة المحلفين يساورهم الشك في تورط الرئيس نكسون ومنظمي حملة إعادة انتخابه. وسمع الصحافيان بوب وودوارد (Bob Woodward) و كارل برنشتاين (Carl Bernstein) أثناء المحاكمات قول أحد المتهمين إن مهنته مستشار أمن وأنه كان يعمل في وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية (CIA)، ومن هنا بدأت تحقيقات الصحافيين تأخذ منحى

أخرى، وفي مارس 1973 أرسل جيمس مكورد (James W. McCord, Jr) "أحد المدانين السبعة" رسالة إلى قاضي المحكمة تشير إلى تورط جهات كبرى بالقضية¹.

وأشارت التحقيقات إلى وجود مبالغ مالية بحوزة المدانين تشير الشكوك، وعند تتبع الحسابات المالية وجد أن لها علاقة بمؤسسات ممولة لحملة إعادة انتخاب الرئيس نيكسون.

وتلقى الصحفيان بوب وودوارد (Bob Woodward) و كارل برنشتاين (Carl Bernstein) معلومات من شخص مجهول اصطلاح على تسميته في تلك الفترة بـ "ديب ثروت"² تشير إلى أن هناك علاقة بين عملية السطو والتجسس ومحاولة التغطية عليها وبين جهات رسمية رفيعة، مثل وزارة العدل ومكتب التحقيقات الفيدرالي ووكالة الاستخبارات المركزية، وصولاً إلى البيت الأبيض، والصحفيان يقومان بنشرها.

بدلاً من أن تنتهي القضية بإدانة المتهمين توسع التحقيق أكثر فاكتر، ليشمل التحقيق طاقم البيت الأبيض. وفي 30 أبريل 1973 أقال الرئيس نيكسون (Nixon) إثنين من كبار مستشاريه لعلاقتها بالقضية.

وتطورت القضية إلى أن صدر الحكم النهائي في حق المتهمين السبعة في قضية التجسس بتاريخ 1 مارس 1974، وتمت الإشارة إلى الرئيس نيكسون كمشارك في تلك القضية. وفي عشية الثامن من أغسطس 1974 أعلن الرئيس الأمريكي في خطاب متلفز استقالته رسمياً. وفي الثامن من سبتمبر 1974 تولى جيرالد فورد (Gerald Ford) الرئاسة وأصدر عفواً رئاسياً عن الرئيس الأسبق نيكسون (Nixon)³.

إتجاهات "واشنطن بوست"⁴

تصنف "واشنطن بوست" (Washington Post) سياسياً بأنها جريدة ليبرالية، وهي أقرب إلى دوائر الديمقراطيين منها إلى الجمهوريين، وتبني قضايا الأقليات المهاجرة وحقوق الإنسان والحريات.

¹. Carl Bernstein and Bob Woodward, All The President's Men, Publisher Simon & Schuster, 1974.
http://books.google.com.bh/books?id=2R8Fajx34H8C&pg=PA5&source=gbv_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=true

². في عام 2005 يتم الكشف عن كان يعرف بـ "ديب ثروت" وهو نائب مدير مكتب التحقيقات الفيدرالي مارك وليام فلت (Mark William Felt).

³. Carl Bernstein and Bob Woodward, Ibid.

⁴. صحيفة واشنطن بوست، تقرير، الجزيرة.نت، -4e31-aaa7-f8820b5d-9f01-4e31-aaa7-
<http://www.aljazeera.net/news/pages/f8820b5d-9f01-4e31-aaa7-f8820b5d-9f01-4e31-aaa7-26eb37ed1690>

ولديها أجندة ليبرالية على مستوى الموقف من السياسة الخارجية، وطرح عدد من كتابها البارزين علامة استفهام على الوجود العسكري الأمريكي في مناطق مثل العراق وأفغانستان، ويدعو عليها معارضته بعد سنة 2005. وأيدت الصحيفة منح المعتقلين في سجن غوانتانامو الحق في اللجوء إلى القضاء الأمريكي، وتوفير مدخل للمحاكمة العادلة داخل هذا النظام القضائي. وعلى مستوى السياسة الداخلية رفضت قانون باتريوت الذي أتاح إمكانية التنصت على المكالمات الهاتفية ومتابعة مواقع الإنترنت والتحويلات البنكية داخل الولايات المتحدة. وتاريخها على وجه العموم وحالياً أيضاً منسجم مع الديمقراطيين أكثر من الجمهوريين. وقد أيدت الصحيفة حملة الديمقراطي آل غور سنة 2000 وحملة جون كيري سنة 2004. وصلت إصدارات واشنطن بوست 699130 نسخة يومياً في أبريل/ 2007. وهو رقم منخفض مقارنة مع معدل 720 ألف نسخة يومياً سنة 2005.

"نيويورك تايمز" (New York Times)¹

صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) أسسها هنري جارفيس ديموند (Henry Jarvis Raymond) وجورج جونز (George Jones) في عام 1851، حيث صدر عددها الأول في 18 سبتمبر باسم "نيويورك تايمز اليومية" (New-York Daily Times)، وكانت تصدر في أربع صفحات، وتقع مكاتبها في دور علوي لا نوافذ له، وتعتمد على الشموع في الإضاءة، يقرأها في مانهاتن (Manhattan). بمدينة نيويورك (New York City)، وفي عام 1857 تم تغيير إسمها إلى "نيويورك تايمز" (The New-York Times)، وكانت تصدر من يوم الإثنين إلى السبت حتى 21 أبريل 1861 حينما انضمت للصحف الرئيسية بإصدار عدد يوم الأحد لتغطية الحرب الأهلية (Civil War). وقبل تأسيس "نيويورك تايمز" عمل راييموند (Raymond) كنائب لمحافظ ولاية نيويورك. أما جونز (Jones) فجاء من خلفية متواضعة وعمل في صباحه فراشاً لصاحب جريدة نورثن سبيكتاتور (Northern Spectator)، حيث تعرف على هوراس غريلي (Horace

¹. Look:

- The New York Times, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/The_New_York_Times.

- New York Times Timeline 1851-1880, The New York Times Company, http://www.nytc.com/company/milestones/timeline_1851.html

Greeley) مؤسس صحيفة "نيويورك تريبيون" (New York Tribune). وبعد فترة عمل قصيرة مع غريللي (Greeley) قرر جونز (Jones) إنشاء صحيفة بمشاركة صديقه هنري راييموند (Henry Raymond).

تنامي تأثير "نيويورك تايمز" خلال 1870-1871 حينما نشرت سلسلة من الفضائح ضد وليام ماجير تويد (William Magear Tweed) - ملياردير وزعيم الديمقراطيين في المدينة - والمعروفة بفضيحة "قاعة تاماني" (Tammany Hall) والتي ألهمت هيمنة خاتم تويد (Tweed Ring's domination) على قاعة مدينة نيويورك.

وفي عام 1896 اشترى أدولف أوكس (Adolph Ochs) ناشر "تشاتانوغا تايمز" (Chattanooga Times) صحيفة "نيويورك تايمز" بعد أن تعرضت لأزمة مالية، وأسست عائلة أوكس وسولزبيرجر (Ochs-Sulzberger family) - إحدى العائلات الصحافية في الولايات المتحدة الأمريكية - شركة "نيويورك تايمز"، وفي ستينيات القرن العشرين إمتلك الأسرة الغالبية العظمى من أسهم التصويت من الفئة (B) (88%) المسموح لها بالتصويت المفتوح.

"تعرضت" نيويورك تايمز" دوماً لسيل من الانتقادات الضخمة، فسق وأن اقمها أعداؤها بعدم الوطنية والخيانة عام 1918، عندما نشرت مقالاً مؤيداً لاقتراح سلام غير مشروط مع النمسا في أثناء الحرب العالمية الأولى، كما احتكت الصحيفة بالمحكمة الدستورية العليا عدداً من المرات وخاضت حروباً دائماً لتوسيع هامش حريتها كان أشهرها مع المحكمة عام 1971 عندما نشرت مقتطفات من "أوراق البنتاجون" (Pentagon Papers) الشهيرة وهي وثائق حكومية أمريكية مسربة كشفت تورط الولايات المتحدة مبكراً في الحرب بفيتنام لتكسب "نيويورك تايمز" معركة حريتها بعد سماح القضاء لها بنشر الأوراق بعد أن كان قد أوقف صدورها لمدة 17 يوماً متتالية¹.

وفي 19 يناير عام 2009 قدم الملياردير المكسيكي - من أصول عربية - كارلوس سليم (Carlos Slim) قرضاً بقيمة 250 مليون دولار لمساعدة صحيفة "نيويورك تايمز" (New

¹. مصطفى طاهر، النيويورك تايمز تحتفل بعيد الصدور التاسع والخمسين بعد المائة، مقال، مجلة الدستور، 24 سبتمبر 2010.

(York Times)، وفي 6 نوفمبر عام 2011 كان كارلوس يمتلك 8.1% من أسهم الصحيفة¹.

"وهناك إجماع عالمي على أن صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) هي واحدة من أوراق النخبة الأكثر تأثيراً في الولايات المتحدة. فتأثيرها على السياسة القومية للولايات المتحدة والقراء واسع في أوساط صناعات القرار الرسميين ولها نفوذ كبير التأثير.. وتتم قراءتها من قبل الجميع تقريباً في الحكومة خاصة الذين لديهم مصلحة أو مسؤولية في الشؤون الخارجية.... وعلى حد قول مسؤول في وزارة الخارجية في مجال الشؤون العامة، "لا يمكنك العمل في وزارة الخارجية من دون صحيفة "نيويورك تايمز"².

الإعتراف بالأخطاء

"لم تحل صحيفة "نيويورك تايمز" من الاعتراف بأخطائها ولم تكابر فيما تتكشف حقائقه، فقد ظلت الصحيفة لسنوات طويلة تعارض وتسخر من أفكار خبير علم الصواريخ والفضاء "روبرت جوددارد" (Robert Hutchings Goddard) وهي الأفكار التي كان يؤكد فيها علي قدرة الصواريخ علي الوصول للفضاء. ولكن بعد وصول أول مركبة فضاء أمريكية إلى سطح القمر في نهاية الستينات أدركت الصحيفة أنها كانت في الجانب الخطأ فقامت بتصحيحه ونشرت اعتذاراً رسمياً لجوددارد ولقراءها علي صدر صفحتها الأولى"³.

وفي 26 مايو عام 2004 نشرت صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) اعتذاراً عن تغطيتها للحرب على العراق تحت عنوان "التايمز والعراق" (The Times and Iraq)⁴، حيث أوضحت عدم صحة بعض المعلومات التي تكررت في تغطيتها للوقائع أيام الحرب وما سبقها من استعدادات، وعدم قيام مراسليها وصحفيها بالتحقق من صدق هذه المعلومات قبل نشرها، مؤكدة مساعيها لحماية صفحاتها من تسرب الأخبار المجهولة

¹. The New York Times, Wikipedia, Ibid.

². Abbas Malek, New York Times' Editorial Position and The U.S. Foreign Policy, Ibid, p 2.

³. مصطفى طاهر، مصدر سابق.

⁴. New York Times, The Times and Iraq, Article, May 26, 2004, Archives, http://www.nytimes.com/2004/05/26/international/middleeast/26FTE_NOTE.html

والمعلومات غير الدقيقة. وذكر المقال أن "نيويورك تايمز"، "لم تتابع صحة هذه المصادر أو التحقق من إدعاءاتها".

وأضاف "إذا أخذنا بعين الاعتبار قصة الأسلحة العراقية، وهذا النمط من التضليل، نجد أن الأعمال غير منجزة، ونحن عازمون على مواصلة التقارير التي تهدف إلى وضع الأمور في نصابها".

وتمتلك "نيويورك تايمز" أكثر من عشرين. صحيفة في أنحاء الولايات المتحدة إضافة لثمانى محطات تلفزيونية محلية في الولايات المختلفة وإذاعتين للراديو في نيويورك كما تمتلك أسهماً حاكمية في عدة شركات منها فريق "بوسطن ريد ساكس" (Boston Red Sox) و"فينوي بارك" (Fenway Park) و"قناة ديسكفري" (Discovery Channel) وغيرها. وحققت مجموعة "نيويورك تايمز" أرباحاً صافية خلال عام 2012 بلغت قيمتها 133 مليون دولار، مقابل خسائر بلغت 40 مليون دولار في عام 2011 بفضل نسختها الإلكترونية. وعلى الرغم من تراجع مداخيل وبالتالي أرباح مجموعة "نيويورك تايمز" في الربع الأول من العام 2013، حيث انخفضت المداخيل بنسبة 2 في المائة إلى 466 مليون دولار، إلا أن المجموعة سجلت زيادة كبيرة في عدد المشتركين في النسخة الإلكترونية لصحيفة "نيويورك تايمز" و"هيرالد تريبيون" ليبلغ 676 ألف مشترك أي بقفزة بلغت 49 في المائة، مقارنة بالفترة نفسها من العام 2012¹.

وتنامى هذا الاتجاه في أمريكا، وأثناء كثيرة من العالم في السنوات الأخيرة، حيث باتت أكثر من 300 صحيفة يومية أمريكية مثلاً تفرض مقابل مادياً لقراءة نسختها الإلكترونية. وبسبب ارتفاع عدد قراء نسختها الرقمية حلت صحيفة "نيويورك تايمز" في المرتبة الثانية بين الصحف الأميركية، بحسب تقرير لـ "أليانس أوديت ميديا" (Alliance for Audited Media)، وذلك بـ 1,8 مليون نسخة².

وتعتبر صحيفة "نيويورك تايمز" واحدة من كبريات الصحف اليومية في الولايات المتحدة الأمريكية، إذ تطبع يوم الأحد من كل أسبوع 1.4 مليون نسخة، وأكثر من مليون نسخة

¹. جمال الدين طالب، "نيويورك تايمز" تحول الخسائر إلى أرباح بفضل نسختها الإلكترونية، مقال، صحيفة الشرق الأوسط،

الجمعة 23 جادى الثاني 1434 هـ 3 مايو 2013 العدد 12575.

². نفس المصدر.

يومياً، وفي عام 2009 اشترك أكثر من 820 ألف من القراء في النسخة المطبوعة لعامين أو أكثر، وشهد هذا الرقم إرتفاعاً بعدما كان 650 ألف مشترك في عام 2000، وتوزع الصحيفة لأكثر من 1200 كلية وجامعة، وأكثر من 1500 مدرسة في الولايات المتحدة، وتعتبر "نيويورك تايمز" الصحيفة رقم واحد بين طلاب الجامعات وفقاً لدراسة وطنية، والصحيفة متاحة في أكثر من 350 متجرّاً في أسواق البلاد، كما تتوفر في 55 ألف كشكاً لبيع الصحف وأكثر من 6100 من مقاهي "ستاربكس" (Starbucks)، وتطبع في 26 موقعاً في جميع أنحاء الولايات المتحدة¹.

و"حصدت" "نيويورك تايمز" لقب المؤسسة الأفضل في الولايات المتحدة لأربع مرات متتالية طبقاً لاستفتاء مجلة "بزنس إيثكس" (Business Ethics)، كما حصدت أكثر من 120 جائزة "بوليتزر" (Pulitzer Prize) للصحافة تقديراً لخدماتها المتميزة .. ودفعت الصحيفة كثيراً ثمن مصداقيتها حبساً لصحفييها مثل مراسلتها "جوديث ميللر" (Judith Miller) التي تعرضت لعقوبة الحبس بتهمة نشر أخبار وتقارير صحفية مفركة للحرب في العراق، كما تواجه دائماً العديد من القضايا من وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاجون" (Pentagon) التي كثيراً ما اتهمت الصحيفة بنشر وثائق تضر بالمصلحة العليا للولايات المتحدة².

وتنشر شركة "نيويورك تايمز" 18 صحيفة أخرى بما فيها صحيفة "هيرالد تريبيون" (International Herald Tribune) و"بوسطن غلوب" (The Boston Globe)، وتصدر "نيويورك تايمز" تحت شعار "كل الأخبار المناسبة للنشر" (All the News That's Fit to Print)، وتم تكييف هذا الشعار ليتلائم مع النسخة الإلكترونية من الصحيفة ليكون "كل الأخبار المناسبة للضغط" (All the News That's Fit to Click).

³أوراق البنتاغون (Pentagon Papers)

بدأت صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) نشر فضيحة "أوراق البنتاغون" (Pentagon Papers) - وهي دراسة أعدتها وزارة الدفاع الأمريكية بتكليف من وزير

¹. Did You Know? Facts about The New York Times" (PDF). Archived from the original on June 5, 2011. Retrieved April 23, 2012.

². مصطفى طاهر، مصدر سابق.

³. Look:

Matt Carlson, on the condition of anonymity, Published by: University of Illinois Press, 2011, P92-94.
Neil Sheehan, Vietnam Archive: Pentagon Study Traces 3 Decades of Growing U.S. Involvement, Article, New York Times, Sunday, June 13, 1971,
<http://www.nytimes.com/books/97/04/13/reviews/papers-overview.html>.
Pentagon Papers, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Pentagon_Papers.

الدفاع روبرت س. ماكنمارا (Robert S. McNamara) في عهد الرئيس لندون جونسون (Lyndon B. Johnson) مكونة من 7 آلاف صفحة (3 آلاف صفحة من التحليل التاريخي و4 آلاف صفحة من الوثائق الحكومية) في 47 مجلداً، وتصف العلاقة بين الولايات المتحدة وفيتنام بين سنة 1945 و1967 - في 13 يونيو عام 1971 عندما سرب المسؤول المدني السابق في وزارة الخارجية دانييل السبرغ (Daniel Ellsberg) - والذي كان يعارض التورط الأمريكي في حرب فيتنام وشارك في الدراسة لعدة أشهر - 43 مجلداً من أوراق هذه الدراسة السرية إلى المحرر بالصحيفة نيل شيهان (Neil Sheehan) حيث بدأ بنشر أول حلقة تحت عنوان (أرشفة فيتنام: دراسة للبتاغون تنامي آثار ثلاثة عقود من التورط الأمريكي) (Vietnam Archive: Pentagon Study Traces) (Three Decades of Growing US Involvement).

وساعد على نشر "أوراق البنتاغون" (Pentagon Papers) قانون حرية المعلومات الصادر عام 1966 لتأكيد حق المواطنين في الحصول على وثائق ومعلومات حكومية. وهو القانون الذي حمل اسم (قانون جونسون) - نسبة إلى الرئيس لندون جونسون (Lyndon Johnson) - الذي وقّع عليه سنداً ودعماً لأحقية الصحافة في النشر.

كانت الأوراق جزءاً من مراجعة رسمية واسعة النطاق جرى إعدادها سنة 1967 واحتوت على معلومات سرية تتعلق بالنشاطات العسكرية الجارية في جنوب شرقي آسيا. حيث عرضت هذه الوثائق أفكاراً مخططي السياسة وكذلك أخطاء التقدير التي قادت إلى الالتزام العسكري الأمريكي المتزايد خلال إدارة الرئيس ليندون جونسون.

وعلى الرغم من أن رئيساً جديداً كان يجلس حينئذ في البيت الأبيض وهو الرئيس ريتشارد نيكسون (Richard Nixon)، إلا أنه عارض نشر هذه الأوراق على أساس أنها قد تضر بمصالح الأمن القومي.

قبل نشر الأوراق كان الأمريكيون في معظمهم مخدوعين لا يعلمون خفايا الحرب وحقيقة ما يفعله جنودهم وما يحدث لهم على الأرض الفيتنامية، وأصيب الأمريكيون وقتها بالذعر، وأصبحت معهم الإدارة الأمريكية بالصدمة لأن أسرارها باتت في أيدي الصحافة الأمريكية.

وفي ذات اليوم الذي نشرت فيه "نيويورك تايمز" "أوراق البنتاغون" علّق ريتشارد نيكسون (Richard Nixon) للمستشار السياسي هاري روبرت هيلدمان (Harry Robbins Haldeman) بأنها (خيانة جنائية (criminally traitorous) لشخص سلم الأوراق لـ "نيويورك تايمز" لتنشرها)، وفي ذات اليوم حث هنري كسينجر (Henry Kissinger) الرئيس نيكسون لإتخاذ إجراءات ضد "نيويورك تايمز" لأن النشر يُهدد المفاوضات السرية الجارية¹.

وفي يوم 15 يونيو 1971 ومع نشر "نيويورك تايمز" لثالث مقال حول "أوراق البنتاغون" أرسل النائب العام جون ميتشل (John Mitchell) خطاباً إلى الصحيفة لوقف نشر سلسلة "أوراق البنتاغون" وتسليمها، وحينما رفضت الصحيفة طلبت وزارة العدل أمراً قضائياً من محكمة فيدرالية في نيويورك، وأصدر القاضي غيفن (Gurfein) أمر تقييد مؤقت لنشر سلسلة "أوراق البنتاغون" وحدد جلسة استماع في 17 يونيو. وفي اليوم التالي سلّم دانيال السيرغ نسخة من "أوراق البنتاغون" إلى الصحافي بن باكديكيان (Ben Bagdikian) في "واشنطن بوست" حيث بدأت الصحيفة في نشر "أوراق البنتاغون" وفي نفس اليوم أبلغ مساعد المدعي العام وليام زينكوويست (William Rehnquist) محرر "واشنطن بوست" بن برادلي (Ben Bradlee) بأن الحكومة تعتبر نشر "أوراق البنتاغون" انتهاكاً لقوانين التجسس، وطلب منه تسليم الوثائق، لكن برادلي رفض².

وعندما اختلفت المحاكم البدائية حول ما إذا كان يمكن فعلاً تطبيق التقييد المُسبق للنشر، وافقت المحكمة العليا على الاستماع للقضية على أساس عاجل ومع أن القضاء كان يتعرض أحياناً للانتقاد لبطء عمله.

تحرك القضاء هذه المرة بسرعة مذهلة، وقرروا النظر في القضية نهار الجمعة، واستمعوا إلى الحجج في اليوم التالي واتخذوا قرارهم يوم الثلاثاء التالي بعد انقضاء 17 يوماً فقط على بداية نشر "نيويورك تايمز" للوثائق، وكان مما جاء في القرار أن لا شأن للحكومة في محاولة وضع رقابة على الصحف أو منع الكشف عن ما قد يتبين على أنه معلومات مُربكة.

¹. Douglas O. Linder, The Daniel Ellsberg (Pentagon Papers) Trial: A Chronology, UMKC School of law, university of Missouri – Kansas City, <http://law2.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/ellsberg/pentagonpaperschrono.html>.

². Ibid.

واعتبر ثلاثة قضاة أنه لم يكن جائزاً للحكومة مطلقاً أن تحصل على الأوامر القضائية بالمنع في المحاكم البدائية كما انتقدوا تلك المحاكم لسماحها بتلك الجهود الهادفة للتقييد المسبق. لم تقل المحكمة إنه لا يمكن فرض التقييد المسبق في أي حالة من الحالات (فلاستثناء الخاص بالمعلومات الحساسة بوضوح خلال الطوارئ مثل زمن الحرب ظل قائماً)، لكنه كان من الواضح أن المواد الواردة في أوراق البتتاغون لم تقع ضمن هذه الفئة.

وقال القاضي وليام دوغلاس (William Douglas) بشأن الموافقة على الحكم في قضية "نيويورك تايمز"، إنه قد يكون لتلك الإفشاءات تأثير خطير، لكن ذلك لا يشكل أساساً للسماح بالتقييد المسبق على الصحف.

ولم يوافق الجميع على ذلك، وأعرب الجنرال والسفير السابق للولايات المتحدة لدى فيتنام ماكسويل كلارك (Maxwell Clark)، عن امتعاض العديدين في الحكومة من قرار المحكمة.

المقصد الرئيسي لقرار المحكمة كان في الواقع، السماح للمواطنين بالقيام بواجباتهم، فقد أشار القاضي دوغلاس إلى وجود نقاش قومي ذي شأن جارٍ حول الدور الأمريكي في فيتنام، فكيف يمكن للمواطنين تأدية واجباتهم والمشاركة بذكاء في النقاش إن هم حرّموا من معلومات مهمة؟.

المبحث الثاني

إجراء الدراسة الميدانية وإختيار العينات

المبحث الثاني

إجراء الدراسة الميدانية واختيار العينات

A field study and sampling

إختار الباحث في الدراسة صحيفتين أمريكيتين هما "واشنطن بوست" (Washington Post) و"نيويورك تايمز" (New York Times) كي تتم دراسة إتجاهات خطاهما نحو العالم الإسلامي.

ويُقيّم هذه البحث بشكل وصفي ونوعي، محتوى الافتتاحيات المتعلقة بالعالم الإسلامي في الصحيفتين، خلال الفترة من سبتمبر 2001م حتى سبتمبر 2003م، وبشكل محدد حاول الباحث في هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالكيفية التي عاجلت بها افتتاحيات هذه الصحف القضايا المتعلقة بالعالم الإسلامي، وربطها بأحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م.

وتمكّن هذه الطريقة الباحثين من استخلاص الاستنتاجات بين المواقف السياسية للصحف عن طريق فحص النغطية التحريرية لنفس القضايا. ولكن بخلاف مجرد إبداء الرأي للقارئ، فلدى الافتتاحيات أيضاً وظيفة إقناع القراء وهي أداة مفيدة للصحف لممارسة النفوذ السياسي، عن طريق نظرية "وضع الأجندة" (Agenda Setting) التي توضح الطريقة التي يمكن بها لوسائل الإعلام التأثير على السياسة، بنقل جدول أعمال وسائل الإعلام إلى جدول الأعمال العام من خلال إعطاء بعض القضايا تغطية أكثر من غيرها في الافتتاحيات، كما تؤثر أيضاً الطريقة التي يتم بها عرض القضية.

ويرجع إختيار الباحث لدراسة إفتتاحيات صحيفتي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" وليس الأخبار الواردة فيهما للأسباب التالية:

أولاً: "لا يمكن تجاهل مواقف "نيويورك تايمز" ورأيها حول القضايا الرئيسية من قبل المسؤولين في الإدارة الأمريكية"¹، ولا حتى مواقف "واشنطن بوست".

ثانياً: أن الإفتتاحية بالعموم تُعبّر عن جوهر رأي أي صحيفة.

ثالثاً: محتويات الإفتتاحية تُشكّل موقف الصحيفة تجاه القضايا اليومية.

¹. Abbas Malek, New York Times' Editorial Position and The U.S. Foreign Policy, Ibid, p 3.

رابعاً: الافتتاحيات تُعبّر عن السياسة التي تسيطر على الصحيفة وتوجهاتها العامة.
خامساً: التأثير الواضح والمباشر لإفتتاحيات الصحفتين على الرأي العام الأمريكي.
سادساً: إستيعاب المسؤولين الحكوميين للتأثيرات الإيجابية والمباشرة التي تتركها إفتتاحيات الصحفتين على الرأي العام، الأمر الذي يدفعهم لتحديد العديد من أجندة هذه الصحف باعتبارهم مصادر رئيسية للأخبار.

سابعاً: دُلي إعتذار صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) في 26 مايو 2004 عن تغطيتها للحرب على العراق وغفلتها وعدم تحريها الدقة والموضوعية في تغطيتها للملف العراقي، على الإنحياز والتضليل أثناء وقبل الحرب وبعدها.
ورأى الباحث أن يختار الفترة من سبتمبر 2001 حتى سبتمبر 2003 مجالاً لتحليل عينة الصحف ويسوق لذلك المبررات التالية:

أولاً: شهد الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 تفجير برجي التجارة وجزء من مبنى وزارة الدفاع الأمريكية "البتاغون".
ثانياً: منذ اليوم الأول من التفجيرات توجهت أصابع إتهام الصحافة الأمريكية إلى المسلمين والعالم الإسلامي.
ثالثاً: بدء أكبر معارك الولايات المتحدة الأمريكية ضد الدول الإسلامية بما سمي بـ "الحرب على الإرهاب".

رابعاً: شن الولايات المتحدة حربها العسكرية في أفغانستان، وإحتلال العراق.
خامساً: تمثل هذه الفترة أكثر الفترات التي فتح فيها مجال النقاش على مستوى الرأي العام الغربي بالعموم والأمريكي على التخصيص حول الإسلام، واستدعت النخب في هذه البلدان ووسائل الإعلام العديد من الصور الذهنية (Mental Image) الجاهزة عن الإسلام والمسلمين.

منهج تحليل المضمون:

إختار الباحث إفتتاحيات صحف العينة لتكون مجالاً لتحليل المضمون الكيفي والتحليل الدلالي لإتجاهات هاتين الصحفتين، كأسلوب رئيسي للإجابة عن الأسئلة البحثية

المطروحة، وتهدف تقنية تحليل المضمون، حسب بيريلسون (Berelson)، إلى "التوصيف الموضوعي المنتظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال"¹.

ويستهدف تحليل المضمون كذلك توضيح الدوافع والأهداف التي يرمي إليها الكاتب أو المتحدث، ومعرفة مدى تأثير محتوى مادة الاتصال في أفكار الناس واتجاهاتهم، كما أنه يتميز بالموضوعية، ويخضع للمتطلبات المنهجية، ويُقدم وصفاً موضوعياً منظماً وكمياً للمحتوى الذي أخضعه الباحث للدراسة.

ويتميز تحليل المضمون بسهولة تطبيق البحث بصورة مطابقة لما تم من قبل حيث أن أسلوبه واضح، ويتيح بسهولة الدراسة التتبعية لظاهرة ما لرصد التغير عبر الزمن. إضافة إلى ذلك فإنه يعتبر طريقة خالية من التأثير الشخصي للباحث وطريقة مرنة جداً يمكن تطبيقها على أنواع عديدة من الموضوعات². ومن خصائص تحليل المضمون³:

- أ - أنه يخص المواد اللغوية وغير اللغوية أي الصور التعبيرية المرئية أو المسموعة.
- ب - أنه يهتم بالمحتوى الظاهر، بمعنى ما قيل صراحة في أي وثيقة، فتحليل محتوى برنامج حزب سياسي على سبيل المثال، هو العمل على استخراج أهم المواضيع أو الاتجاهات أو القيم أو الأهداف .. المعبر عنها صراحة في الوثيقة محل التحليل.
- ج - أنه يمكن أن يتناول الرموز الساكنة مثل النصوص المكتوبة أو النصوص المتحركة من مثل الأفلام و الموسيقى.
- ب - أن الباحث يستعين بتحليل المحتوى إلى جانب تقنيات أو مناهج أخرى، فهو عبارة عن تقنية بحث إضافية تؤكد ما قد لا تستطيع مناهج وتقنيات أخرى الوصول إليه.
- ج - أنه يختص بتحليل الوسائط - مهما كان شكلها - التي تحمل رسائل يمكن ملاحظة محتواها ومنه تحليلها.

¹. Bernard Berelson, Content Analysis in Communication Research, Foundation of Communication Research (Glencoe, IL: Free Press, 1952).

². محمد البخاري، تطور الدراسات الإعلامية وتحليل المضمون الإعلامي، طشقند، 2010.

³. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الطبعة الأولى الجزائر 2007، طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ص 12.

اختيار العينة:

تمت المعاينة في هذا البحث بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، "وتمتاز هذه الطريقة بسعة الانتشار وبساطة الأجراء وقلة التكاليف، وقلة التعرض للأخطاء في اختيار الأفراد"¹. وتعطي هذه الطريقة عينة ذات مساحات متساوية بين العناصر، ولهذا فمن المتوقع أن تعطي تقديراً أدق لمتوسط المجتمع مما لو استخدمنا عينة عشوائية إلا إذا كانت الوحدات التي تتكون منها العينة متشابهة أو مرتبطة ببعضها البعض.

ويرى بعض الباحثين أنه "من الممكن جداً الوقوع في أخطاء من مثل اختيار نفس اليوم من الأسبوع لعدة مرات، وبالتالي لا يعطي للأيام الأخرى نفس فرصة الظهور، ولذلك وتفادياً لهذا العيب اقترح بعض الباحثين استعمال "الأسبوع المصطنع" أي يختار الباحث العدد الموافق لليوم الأول من الأسبوع الأول والعدد الثاني الموافق لليوم الثاني من الأسبوع الثاني.. وهكذا حتى يكتمل النصاب، كما يمكن أن يعتمد الباحث على "السنة المصطنعة" إذا كان مجتمع بحثه يمتد على سنوات عديدة².

وقد اختار الباحث عينة الدراسة بذات هذه الطريقة، فتكونت بذلك لدى الباحث عينة عشوائية منتظمة مكونة من (115) مبحوثاً موزعة بين مدة البحث خلال الفترة من سبتمبر عام 2001 حتى سبتمبر عام 2003، حيث شملت هذه المدة (25) شهراً و(115) أسبوعاً بزيادة (15) أسبوعاً في بعض الأشهر التي احتوت على خمسة أسابيع. ولم يتمكن الباحث من العثور على بعض المقالات بتاريخها المحدد حسب العينة، لذلك عمد إلى إختيار المقال الافتتاحي في العدد الذي يلي التاريخ المفقود.

وتكون العينة المختارة وفقاً لطريقة العينة العشوائية المنتظمة كما يلي:

العدد الأول لليوم الأول من الأسبوع الأول من شهر سبتمبر 2001 (السبت 1 سبتمبر)
العدد الثاني لليوم الثاني من الأسبوع الثاني من شهر سبتمبر 2001 (الأحد 9 سبتمبر)
العدد الثالث لليوم الثالث من الأسبوع الثالث من شهر سبتمبر 2001 (الاثنين 17 سبتمبر)

¹. عبد العزيز الغنام، مدخل إلى عالم الصحافة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧.

². يوسف تمار، مرجع سابق، ص 32-33.

العدد الرابع لليوم الرابع من الأسبوع الرابع من شهر سبتمبر 2001 (الثلاثاء 25 سبتمبر)

وهكذا إلى أعداد شهر سبتمبر من العام 2003.

فئات التحليل (Categories of Analysis)

يعتمد تحليل المضمون في دقته على تصنيف المادة حسب مضمونها أو ما يُسمى بـ "فئات التحليل" (Categories of Analysis)، ذلك التصنيف الذي يؤدي دوراً مهماً في التحليل العلمي للمادة المدروسة. فالتصنيف — كما يقول "هوايت هيد" (Whitehead) — نصف الطريق إلى الحقيقة، ويجب أن تكون الفئات محددة تحديداً واضحاً، ما وسع الباحث إلى ذلك سبيلاً¹.

وتهدف الفئات إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة.

تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها، ومن نماذج فئات التحليل المستخدمة في الدراسة ما يلي:

الصحيفة:

1- نيويورك تايمز (New York Times)

2- واشنطن بوست (Washington Post)

الشكل الصحافي:

1- الافتتاحيات (Editorials)

الموضوعات العامة:

1- الحريات المدنية (Civil liberties).

2. الإستخبارات (Intelligence).

3. إعادة البناء (Rebuilding).

4. الأمن (Security).

1. عبد الباسط عبد المعطي، البحث الاجتماعي (محاولة نحو رؤية نقدية لنهج وأبعاده)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 302.

5. الحروب (Wars).

موضوعات خاصة بالعالم الإسلامي:

1. الإرهاب الداخلي (Domestic terrorism).

2. حقوق الإنسان (Human Rights).

3. الانتهاكات (Abuses).

4. النظام السياسي (Political system).

5. السياسة الخارجية (Foreign Policy).

6. تمويل الإرهاب (Financing of Terrorism).

المصادر المعتمدة في الإفتاحيات:

1. الرئيس بوش (President Bush).

2. الإدارة (Administration).

3. الكونغرس (Congress).

4. مصادر عسكرية (Military sources).

5. الخبراء (Experts).

6. المسؤولين المحليين في الدولة (State/local officials).

7. الجمهور العام (Gen. Public).

8. الأخرى المحلية (Other domestic).

9. المسؤولين الأمريكيين السابقين (Former US officials).

10. مصادر أجنبية (Foreign sources).

11. بن لادن (Bin Laden).

12. القاعدة وأخرى (Al Qaeda and Other).

13. إعلاميون مهنيون (Media professionals).

الاتجاهات:

1. محايد (Neutral).

2. معارض (Antagonist).

3. مؤيد Supporter.

إتجاهات إتهام المسلمين والعرب بأحداث 11 سبتمبر:

1. ضد العرب (Against Arab).

2. ضد المسلمين (Against Muslims).

3. متوازنة Balance.

4. حيادية Neutral.

استخدام مفردات:

1. مسلم (Muslim).

2. عرب (Arab).

3. إسلام (Islam).

الصفات السالبة الملحقة بالعالم الإسلامي:

1. إرهابي (Terrorism).

2. الإسلاميين المتطرفين (Islamic extremists).

3. المقاتل العدو (Enemy Combatant).

4. عدو (Enemy).

5. ديكتاتور (Dictator).

6. عنيف (Violent).

7. بغيض (Repugnant).

8. الأحقاد العرقية (Ethnic Hatreds).

9. متطرف (Radical).

10. الأصولية (Fundamentalist).

2. الإستقصاء:

كذلك أعتمد الباحث في هذا البحث على أداة الاستقصاء للوقوف على إتجاهات رأي الخبراء المختصين في المجال الإعلامي والعاملين في حقله، وهو أكثر أدوات جمع البيانات إستخداماً

لإمكانياته في الحصول على معلومات لم يكن من الممكن الحصول عليها دون إستطلاع الآراء أو التعرف على المواقف والإتجاهات¹.

وقد مر هذا الجزء من الدراسة بمراحل هي:

* تصميم إستمارة الإستقصاء.

* إختيار العينات.

* تحليل البيانات والإجابات.

وهنا يوضح الباحث الكيفية التي تمت بها هذه الخطوات:

تصميم إستمارة الإستقصاء:

وضع الباحث إطاراً عاماً لصحيفة الإستقصاء من خلال توزيع المعلومات المطلوبة وتبويبها وترتيبها لتكون في نهاية الأمر صحيفة إستقصاء تتابع فيها الوحدات في شكل مجموعات تعطي كل وحدة منها نقطة محددة في البحث، تحاول وضع إجابة للتساؤلات التي يسعى البحث للإجابة عليها.

وعرض الباحث إستمارة الإستقصاء على مختصين للتحكيم²، حيث أوضح هؤلاء المحكمين صلاحية الإستمارة وتجانسها مع أهداف البحث وأغراضه.

إختيار العينات:

أجريت الدراسة الإستقصائية على عينة عمدية، تتكون من 60 شخصاً، من أساتذة جامعات وخبراء إعلام من الوطن العربي، وجاء ذلك الإختيار للأسباب التالية:

(أ) القدرة على قراءة نماذج السطور من إحصاءات فيما يرد في صحفيي العينة.

(ب) المتابعة الإعلامية للصحافة الأمريكية.

(ج) القدرة على تحليل مسارات التغطيات الصحفية وربطها بالأوضاع السياسية الدولية.

(د) الإلمام باستراتيجيات الاتصال ونظرياته.

تحليل البيانات:

وضع الباحث مجموعة من الخطوات لإجراء عملية التحليل وذلك من خلال عمل الجداول الإحصائية واستخراج النسب المئوية.

¹. معتمد بابكر، الإذاعات الدولية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 1999، ص 88.

². قام بتحكيم الإستمارة كل من الدكتور معتمد بابكر، والدكتور هاشم الحاز، والدكتور عثمان أبوزيد، والدكتورة ناهد حمزة.

المبحث الثالث:

تحليل محتوى إفتتاحيات "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

المبحث الثالث

تحليل محتوى إفتتاحيات "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"

قام الباحث بتفريغ إستمارة تحليل المضمون في جداول واستخرج النسب المئوية وكانت كما يلي:

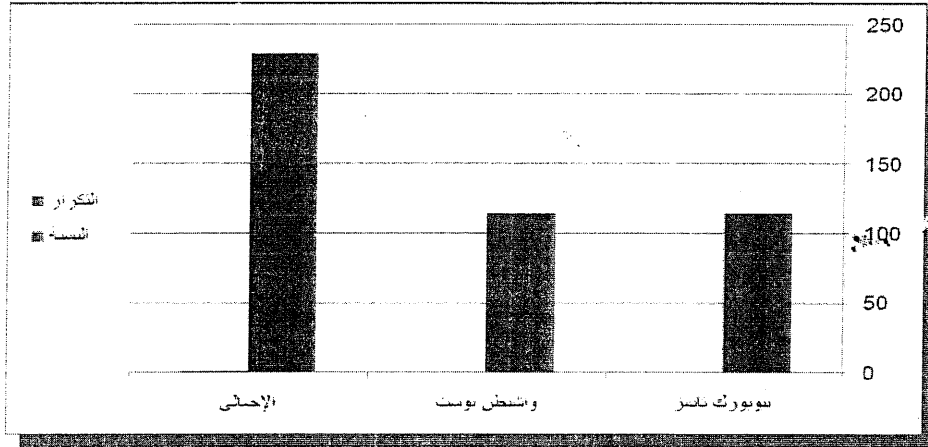
البيانات الأولية:

جاء توزيع الإفتتاحيات حسب الصحيفة متساوياً وفقاً للعينة المختارة، ومدى توافرها وسهولة الحصول عليها، إذ تشكلت في 115 عينة من كل صحيفة، بنسبة متساوية، وإن كانت تواريخ العينة قد اختلفت بسبب عدم الحصول على بعض الأعداد مما أضطر الباحث لاستبدال كل عدد مفقود بما يليه، لسد النقص.

الصحيفة	التكرار	النسبة
"نيويورك تايمز" (New York Times)	115	50%
"واشنطن بوست" (Washington Post)	115	50%
المجموع	230	100%

جدول رقم (1)

توزيع الإفتتاحيات حسب الصحيفة



عدد الكلمات:

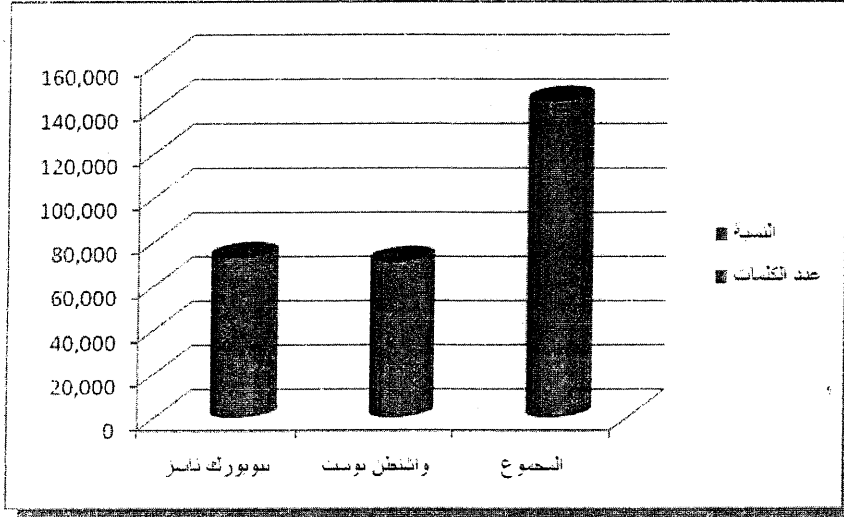
جدول رقم (2) يوضح توزيع المادة الصحفية حسب نوع الصحيفة وحسب علاقتها بعدد الكلمات، حيث جاءت صحيفة "نيويورك تايمز" أعلى بنسبة قليلة وصلت إلى 50.7%،

إجمالي يصل إلى 72,430 كلمة، فيما كان عدد كلمات إفتتاحيات صحيفة "واشنطن بوست" 70,433 كلمة، بنسبة 49.3%.

النسبة	عدد الكلمات	الصحيفة
50.7%	72,430	نيويورك تايمز
49.3%	70,433	واشنطن بوست
100%	142,863	المجموع

جدول رقم (2)

توزيع المادة الصحفية حسب نوع الصحيفة وحسب علاقتها بعدد الكلمات



القضايا العامة:

في الجدول رقم (3)، حول توزيع المادة الصحفية حسب طبيعة القضايا العامة التي تناولتها صحيفتا "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"، جاء موضوع الحروب، في المقدمة من بين خمسة موضوعات اختارها الباحث، بتكرار قدره 720 مرة، 367 بـ "واشنطن بوست"، بنسبة 58.4%، و353 بـ "نيويورك تايمز" بنسبة 51%، وفي المرتبة الثانية جاءت قضية الأمن بتكرار قدره 354 مرة، 190 في "نيويورك تايمز" بنسبة 27.4%، و164 في "واشنطن بوست" بنسبة 26.1%، ثم قضية الإستخبارات بتكرار قدره 170 مرة، منها 100 في "نيويورك تايمز" بنسبة 14.5%، و70 في "واشنطن بوست" بنسبة 11.2%، وفي المرتبة الرابعة جاءت قضية الحريات المدنية بتكرار قدره 44 مرة، منه 24 في "واشنطن بوست" بنسبة 3.8%، و20 في "نيويورك تايمز" بنسبة 2.9%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قضية إعادة البناء

بتكرار قدره 32 مرة، منه 29 في "نيويورك تايمز" بنسبة 4.2%، و3 في "واشنطن بوست" بنسبة 0.5%.

ولعل التركيز على الحرب في كلا الصحيفتين كان أهم القضايا لدى الإدارة الأمريكية، في ذلك الوقت، إذ كتبت "واشنطن بوست" في ذات يوم التفجيرات في نسختها المسائية إفتتاحية تحت عنوان "الحرب"، اعتبرت فيها الهجمات بأنها عمل من أعمال الحرب، ويجب أن تعامل على هذا النحو¹، لتبدأ بعدها أطول حرب للولايات المتحدة في أفغانستان، والعراق.

وقالت صحيفة "نيويورك تايمز" إن "الإستراتيجيات الدفاعية المألوفة غير كافية"، معتبرة أن ما حدث في هجمات 11 سبتمبر مبرر للإنتقام، مؤكدة أنه "يمكن أن تكون صواريخ كروز فعّالة"²، ولعل إشارة الصحيفة هنا لصواريخ كروز فيه إشارة خفية لقصف أفغانستان والسودان في 20 أغسطس عام 1998 والذي تطلق عليه الولايات المتحدة اسم "عملية الوصول اللانهائي" (Operation Infinite Reach)، وهي عبارة عن ضربات بالصواريخ الجوالة على قواعد جماعات مسلحة في أفغانستان ومصنع للأدوية في السودان. وكان الهجوم انتقامياً رداً على تفجيرات السفارات الأمريكية في كينيا وتزانيا التي نتج عنها سقوط 224 قتيلاً (منهم 12 أمريكياً). وجرح 5 آلاف آخرين³.

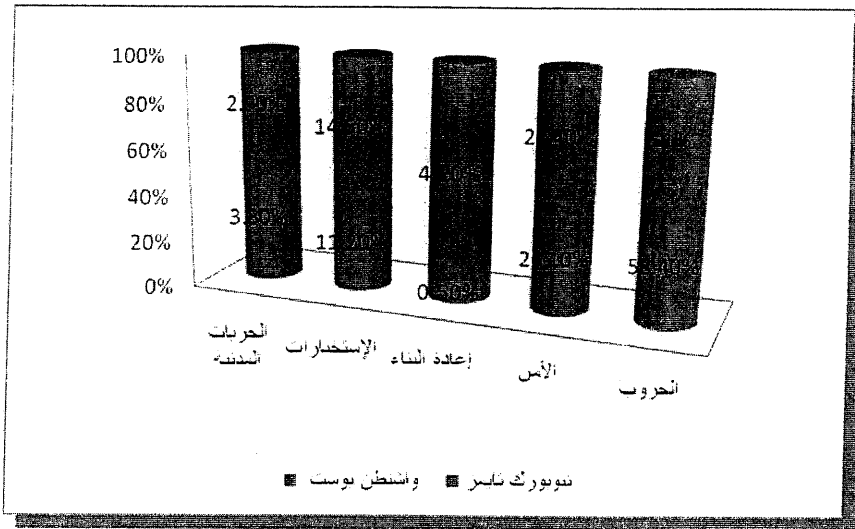
طبيعة القضايا		واشنطن بوست		نيويورك تايمز	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
24	3.8%	20	2.9%	الحريات المدنية	
70	11.2%	100	14.5%	الإستخبارات	
3	0.5%	29	4.2%	إعادة البناء	
164	26.1%	190	27.4%	الأمن	
367	58.4%	353	51%	الحروب	
628	100%	692	100%	المجموع	

جدول رقم (3) يوضح توزيع المادة الصحافية حسب طبيعة القضايا العامة

1. الحرب، واشنطن بوست، افتتاحية، 9/11/2001.

2. The War Against America; The National Defense, Newyork Times, September 12, 2001.

3. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.

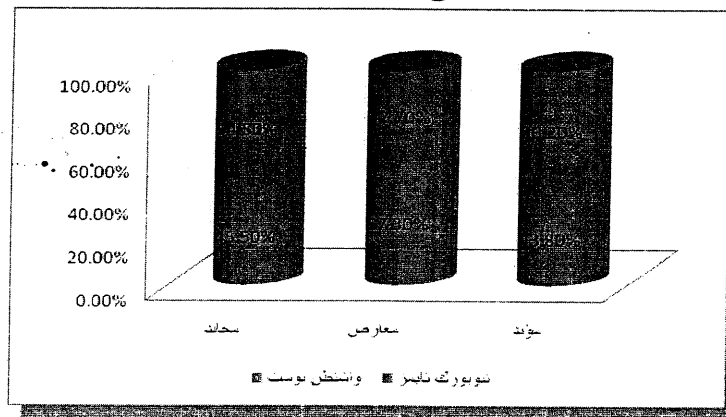


الاتجاهات العامة:

يوضح الجدول رقم (4) الاتجاهات العامة لإفتتاحيات صحفيي "واشنطن بوست"، و"نيويورك تايمز"، إذ جاءت معارضة "واشنطن بوست" للعالمين الإسلامي والعربي بتكرار 110 بنسبة 57.3%، فيما كانت الموضوعات المحايدة 10 موضوعات بنسبة 45.5%، و7 موضوعات مؤيدة، أما بالنسبة لصحيفة "نيويورك تايمز" فقد جاء 82 موضوعاً معارضاً بنسبة 42.7%، و12 محايدة بنسبة 54.5%، و9 موضوعات مؤيدة بنسبة 56.2%.

الصحيفة	الاتجاهات العامة للإفتتاحيات					
	مؤيد		معارض		محايد	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
واشنطن بوست	43.8%	7	57.3%	110	45.5%	10
نيويورك تايمز	56.2%	9	42.7%	82	54.5%	12
المجموع	100%	16	100%	192	100%	22

جدول (4) يوضح الاتجاهات العامة للإفتتاحيات



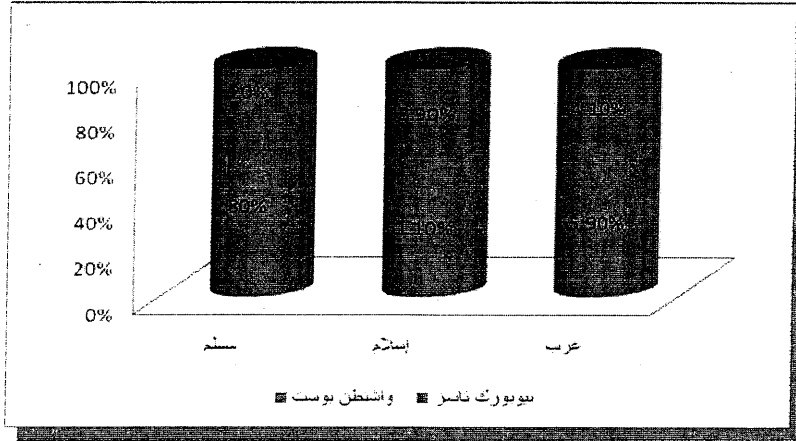
استخدام مفردات إسلام مسلم عرب:

وجاء استخدام كلمات مسلم وعرب وإسلام في إفتتاحيات صحيفتي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"، وفقاً لما هو موضح في الجدول رقم (5)، كما يلي: استخدمت "واشنطن بوست" كلمة مسلم 48 مرة بنسبة 80%، وكلمة إسلام 58 مرة بنسبة 61.1%، وكلمة عرب 81 مرة بنسبة 65.9%، من جملة تكرار كل مفردة على حدة في الصحيفتين، إذ وردت كلمة مسلم في "نيويورك تايمز" 12 مرة بنسبة 20%، وإسلام 37 مرة بنسبة 38.9%، وعرب 42 مرة بنسبة 34.1%.

يجمع كلمتي مسلم وإسلام يتضح أن صحيفة "واشنطن بوست" وردتا فيهما 106 مرة بنسبة 68.4%، فيما جاءتتا مدججتين بـ "نيويورك تايمز" 49 مرة بنسبة 31.6%.

الصحيفة	استخدام كلمات مسلم عرب إسلام في الإفتتاحيات					
	مسلم		إسلام		عرب	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
واشنطن بوست	48	80%	58	61.1%	81	65.9%
نيويورك تايمز	12	20%	37	38.9%	42	34.1%
المجموع	60	100%	95	100%	123	100%

جدول (5) يوضح استخدام كلمات مسلم وعرب وإسلام في الإفتتاحيات



مصادر الإفتتاحيات:

يوضح الجدول رقم (6) المصادر التي أعتمدت عليها إفتتاحيات صحيفتي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"، إذ جاءت الإدارة الأمريكية في المرتبة الأولى بتكرار 237 مرة في "واشنطن بوست" بنسبة 56%، وتكرار 186 مرة في "نيويورك تايمز" بنسبة 44%، فيما جاء

طبيعة الموضوعات:

يوضح الجدول رقم (7) طبيعة الموضوعات والقضايا التي ناقشتها إفتتاحيات صحفيي "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" الخاصة بالعالم الإسلامي، إذ تناولت "واشنطن بوست" الإرهاب الداخلي مرة واحدة فقط، فيما لم يرد عنه شيء في "نيويورك تايمز"، وحقوق الإنسان 11 مرة في "واشنطن بوست" بنسبة 84.6%، والإنتهاكات مرتين بـ 66.7%، والنظام السياسي مرة واحدة، مقابل لا شيء في "نيويورك تايمز"، والسياسة الخارجية 39 مرة في "واشنطن بوست" بنسبة 88.6%، وتمويل الإرهاب 5 مرات، فيما وردت حقوق الإنسان في "نيويورك تايمز" مرتان بنسبة 15.4%، والإنتهاكات مرة واحدة بـ 33.3%، والسياسة الخارجية 5 مرات بنسبة 11.4%، وتمويل الإرهاب 8 مرات بنسبة 61.5%.

واعترت صحيفة "واشنطن بوست" في افتتاحية عددها الصادر بتاريخ 3 فبراير 2002، أن عدم التسامح الديني وانعدام الحرية السياسية في النظام السعودي، خلقت بيئة من الاحباطات الاجتماعية يُعبر عنها بالتطرف الإسلامي¹.

وأشارت الصحيفة في ذات الافتتاحية إلى أن عناصر من رجال الدين في السعودية والنظام التعليمي يتم استخدامهما لتجنيد آلاف الشباب السعودي للجماعات المتطرفة في الخارج. واتهمت الصحيفة النخبة السعودية بالتباطؤ تجاه المسألة الأكثر عمقاً وتعقيداً وهي إغلاق مصادر تمويل الإرهاب التي فرضتها تفجيرات 11 سبتمبر، معتبرة أن فكرة التمويل السعودي للمساجد والمدارس الدينية في باكستان وعلى نطاق العالم الإسلامي، قد ساهمت بشكل فعلي في نمو القاعدة وحركة طالبان الأفغانية.

وقالت صحيفة "نيويورك تايمز" إن أسامة بن لادن يملك نقداً يصل إلى 300 مليون دولار نتيجة ثروة موروثة وأعمال مشروعة وغير مشروعة تشمل الإستيراد والتصدير، ومؤسسات لتجارة السلع، وأن بن لادن كان يمول المتطوعين العرب المحاربين ضد القوات السوفيتية في أفغانستان².

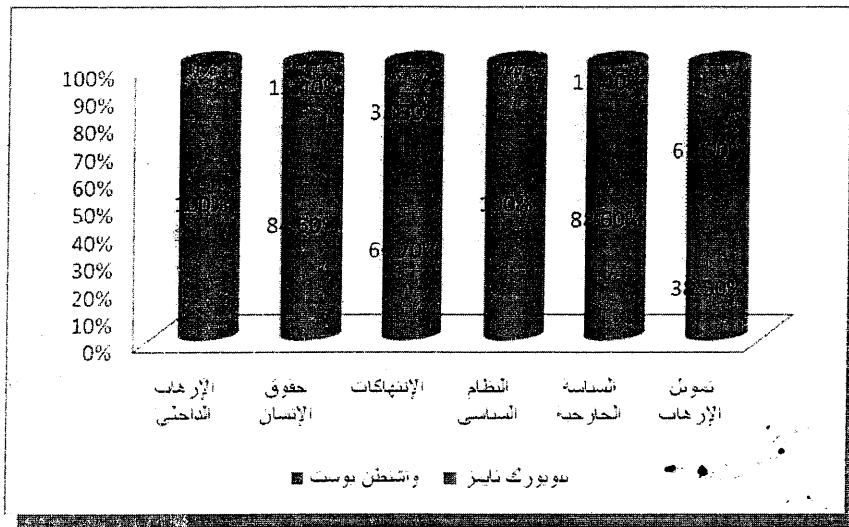
¹ Talking to Saudi Arabia, Washington Post, 3/2/2002.

² Finances of Terror, New York Times, Finances of Terror, 24/9/2001.

وعلى الرغم من وصف "واشنطن بوست" لأندونيسيا بأنها "أكبر دولة مسلمة وديمقراطية"، إلا أنها وصفت الجيش الأندونيسي بأن لديه "أسوأ سجل انتهاكات لحقوق الإنسان، ويستخدم القوة المفرطة ضد الانفصاليين"¹.

الصحيفة	طبيعة الموضوعات الخاصة بالعالم الإسلامي									
	الإرهاب الداخلي		حقوق الإنسان		الانتهاكات		النظام السياسي		السياسة الخارجية	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
واشنطن بوست	100%	1	84.6%	11	66.7%	2	100%	1	88.6%	39
نيويورك تايمز	0	0	15.4%	2	33.3%	1	0%	0	11.4%	5
المجموع	100%	1	100%	13	100%	3	100%	1	100%	44

جدول (7) يوضح طبيعة الموضوعات الخاصة بالعالم الإسلامي



الصفات السالبة:

في الجدول رقم (8) حول الصفات السالبة التي تطلقها صحيفتا "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" على المسلمين، يتضح أن صفة "إرهابيون" نالت الأكثرية من بين الصفات الأخرى، إذ وردت في "واشنطن بوست" 191 مرة بنسبة 58.8%، وفي "نيويورك تايمز" 134 مرة بنسبة 41.2%، وجاءت بعدها صفة "عدو أو عدو مقاتل"، إذ وردت في "واشنطن بوست" 66 مرة بنسبة 76.7%، وفي "نيويورك تايمز" 20 مرة بنسبة 23.3%، ثم صفة "ديكتاتور" 27 مرة في "واشنطن بوست" بنسبة 75%، و9 مرات في "نيويورك تايمز" بنسبة 25%، ثم صفة "متطرفون" وردت في "واشنطن بوست" 23 مرة بنسبة 67.7%، وفي "نيويورك تايمز" 11 مرة بنسبة 32.3%، أما صفة

¹ Helping a Muslim Democracy, The Washington Post, 20/9/2001.

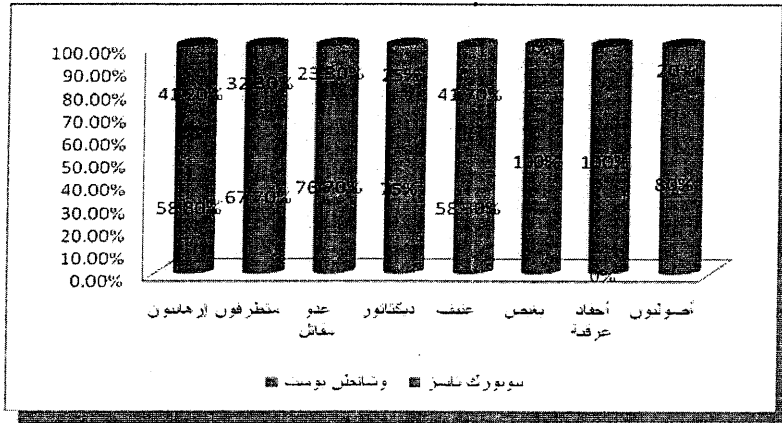
"عنيف" فقدت وردت في "واشنطن بوست" 7 مرات بنسبة 58.3%، و5 مرات في "نيويورك تايمز" بنسبة 41.7%، ثم وردت صفة "أصوليون" في "واشنطن بوست" 8 مرات بنسبة 80%، ووردت في "نيويورك تايمز" مرتين بنسبة 20%، أما صفتنا "بغض" و"أحقاد عرقية" فقد وردت الأولى في "واشنطن بوست" مرة واحدة فيما لم ترد الثانية، أما في "نيويورك تايمز" فلم ترد الأولى، فيما جاءت الثانية مرة واحدة فقط.

ومع ذلك، فإن صحيفة "واشنطن بوست" اعتبرت تصريحات الرئيس الإيطالي سلفيو بيرلسكوني عن الإسلام "غير مقبولة في ظل المناخ الانتقامي ضد المسلمين والعرب"، والتي قال فيها "علينا أن نعي تفوق حضارتنا التي تضمن الحياة الكريمة واحترام حقوق الإنسان، بعكس البلدان الإسلامية، فهي تحترم الحقوق الدينية والسياسية، وتتميز بقيم تفهم التعددية والتسامح"، وأضاف أن "الغرب سيواصل السيطرة على الشعوب كما سيطر على الشيوعية، حتى إذا تطلب ذلك المواجهة مع حضارة أخرى، والحضارة الإسلامية إحداها، والتي تجمدت في مكانها 1400 سنة"¹.

كما أشارت الصحيفة، في ذات الافتتاحية، إلى أن "أغلب القادة الغربيين ظلوا يفرقون بين مكافحة الإرهاب والحرب ضد المسلمين أو الإسلام".

الصحيفة	صفات سلبية تطلقها الصحافة الأمريكية على المسلمين																
	أصوليون		أحقاد عرقية		بغض		عنف		ديكتاتور		عدو أو قاتل عدو		مضطرون		إرهابيون		
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
واشنطن بوست	191	658.8	23	667.7	66	767.7	27	767.5	7	58.3	1	100	0	0	0	8	80
نيويورك تايمز	134	641.2	11	32.3	20	623.3	9	25.5	5	41.7	0	0	1	100	2	20	20
المجموع	325	100	34	100	86	100	36	100	12	100	1	100	1	100	10	100	100

جدول رقم (8) يوضح الصفات السالبة التي تطلقها الصحيفتين على المسلمين



¹. Italy Humiliated, The Washington Post, 1/10/2001.

اتجاهات اتمام المسلمين بـ11 سبتمبر:

يتضح من الجدول رقم (9) حول اتجاهات إتهام المسلمين والعرب بأحداث 11 سبتمبر، أن "واشنطن بوست" أوردت 80 موضوعاً ضد المسلمين بنسبة 76.2%، بينما أوردت "نيويورك تايمز" 25 موضوعاً بنسبة 23.8%، أما الموضوعات ضد العرب فقد جاءت في "واشنطن بوست" 61 مرة بنسبة 71.8%، وفي "نيويورك تايمز" 24 مرة بنسبة 28.2%، فيما وردت 8 موضوعات متوازنة في "واشنطن بوست" بنسبة 32%، و17 موضوعاً في "نيويورك تايمز" بنسبة 68%، أما الموضوعات الحيادية فقد كانت 5 في "واشنطن بوست" بنسبة 33.3%، و10 في "نيويورك تايمز" بنسبة 66.7%.

قالت صحيفة "نيويورك تايمز" دون أن تسمي الإسلام أو المسلمين أو جهة أو دولة معينة، "من المهم أن نأخذ في الاعتبار كم الكراهية الذي تضمنته المهمة الإرهابية لتحقيق هذا النجاح. إنها كراهية تجاوزت أعراف الحروب، لا تعرف لها حدود، ولا تلتزم بأي اتفاقيات"¹، والتفسير الغالب أن الصحيفة تشير إلى المسلمين، خاصة أن سؤال "لماذا يكرهون الولايات المتحدة؟" من الأسئلة التي كثيراً ما يتم طرحها في المجتمع الأمريكي، كما أن ذات الصحيفة قالت في افتتاحية أخرى إن "جزءاً كبيراً من العالم يمتد الوليات المتحدة بالفعل بسبب حجمها وثروتها"².

وفي افتتاحية أخرى، تحدد "نيويورك تايمز" بشكل مباشر من "يكرهون أمريكا"، إذ تقول إن "تنظيم القاعدة والعراق يكرهان أمريكا"، وتضيف "رغم العداء المتبادل بين أيديولوجيتهما، فنظام صدام حسين يستند على مفاهيم القومية العربية العلمانية التي يكرهها أسامة بن لادن، ومع ذلك فلديهما الكثير من القواسم المشتركة وقادران بوضوح على وضع خلافاتهما جانباً لأغراض تكتيكية"³.

وما يُعزز القول بتوجهات الإعلام الأمريكي السالب ضد المسلمين ما أوضحه الأستاذ الجامعي في الأديان والشؤون الدولية والدراسات الإسلامية بجامعة جورج تاون، والمدير المؤسس لمركز الأمير الوليد بن طلال للتفاهم الإسلامي-المسيحي بكلية والش للعلاقات

¹ The War Against America; An Unfathomable Attack, Newyork Times, 12/9/2001.

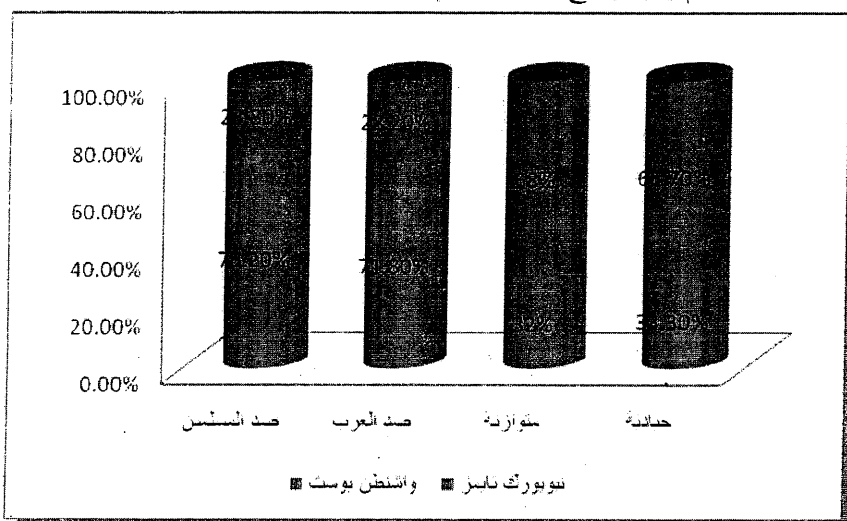
² The Uses of American Power, New york Times, 3/3/2002.

³ The Illusory Prague Connection, New York Times, 23/10/2002.

الخارجية جون إسبوزيتو (JOHN L. ESPOSITO) والمديرة التنفيذية لمركز كالوب للدراسات الإسلامية داليا مجاهد إن "أغلبية الأميركيين (66% منهم) يعترفون بأن لديهم بعض التحيزات ضد المسلمين، وأن واحداً من بين كل خمسة منهم يعترف بأن لديه "قدراً كبيراً" من التحيز ضدهم"، مشيران إلى أن "المشاعر المناوئة للمسلمين تغذي التضليل الإعلامي، كما تتغذى عليه"، ويؤكدان أكثر على أن "تحليل محتوى وسائل الإعلام، يظهر أن غالبية التغطيات الإخبارية الأمريكية حول الإسلام هي تغطية سلبية"¹.

إتهامات إتهام المسلمين والعرب بأحداث 11 سبتمبر								الصحيفة
حيادية		متوازنة		ضد العرب		ضد المسلمين		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
33.3%	5	32%	8	71.8%	61	76.2%	80	واشنطن بوست
66.7%	10	68%	17	28.2%	24	23.8%	25	نيويورك تايمز
100%	15	100%	25	100%	85	100%	105	المجموع

الجدول رقم (9) يوضح إتهامات إتهام المسلمين والعرب بأحداث 11 سبتمبر



تحليل بيانات استمارة الاستقصاء

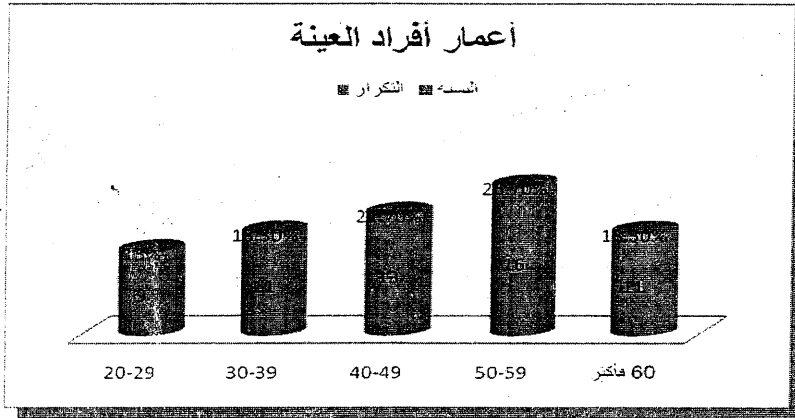
شكلت الفئة (50-59) سنة أعلى نسبة لأعمار أفراد العينة، حيث بلغت 26.7%، وعلى الرغم من أن تكرارها لا يشكل الغالبية (16 فرداً)، إلا أنها تمثل عدداً مقدراً من بين الخبراء الإعلاميين والأكاديميين الذين يُعتد برأيهم، وفق سنوات الخبرة لديهم، خاصة إذا أضفنا لهم فئة (60 عاماً فأكثر) والتي مثلت نسبة 18.3% من المبحوثين بتكرار 11

¹. Muslim true/false, JOHN L. ESPOSITO AND DALIA MOGAHED, Los Angeles Times, 2/4/2008.

فرداً، أما الفئة (49-40) فقد جاءت بنسبة 21.7% بتكرار 13 فرداً، فيما كانت الفئة (39-30) ممثلة بـ 18.3% بتكرار 11 فرداً، أما الفئة (29-20) تمثلت في 15% بتكرار 9 أفراد.

النسبة	التكرار	الفئات
15%	9	29-20
18.3%	11	39-30
21.7%	13	49-40
26.7%	16	59-50
18.3%	11	60 فأكثر
100%	60	المجموع

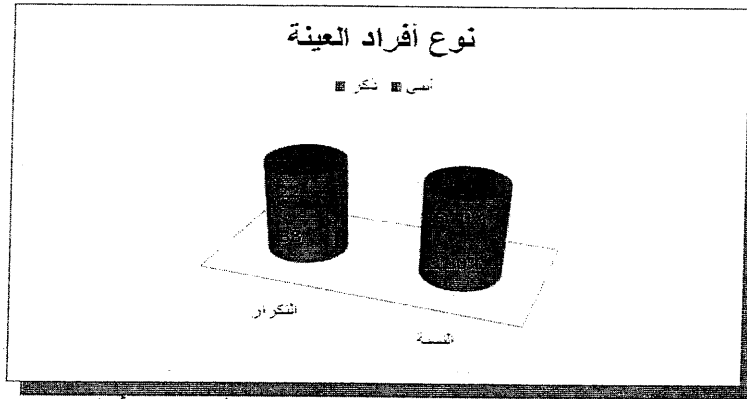
جدول رقم (1) يوضح أعمار أفراد العينة



الجدول رقم (2) يوضح نوع أفراد العينة من حيث الجنس، إذ جاءت نسبة الذكور للإناث بتكرار (22-38) بنسبة 63.3% للذكور، و36.7% للإناث.

النسبة	التكرار	النوع
63.3%	38	ذكر
36.7%	22	أنثى
100%	60	المجموع

جدول رقم (2) يوضح نوع أفراد العينة



أما المستوى الأكاديمي لأفراد العينة فقد جاءت فئة (فوق الجامعي) الأعلى بنسبة 53.3%، بتكرار 32 شخصاً، أما فئة (الجامعي) مثلها 28 شخصاً بنسبة 46.7%، فيما لا يوجد بين أفراد العينة أشخاص ذوو تعليم (ثانوي) أو (دون الثانوي)، نسبة لأن العينة تم اختيارها بعناية من بين الخبراء العرب والأكاديميين.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
53.3%	32	فوق الجامعي
46.7%	28	جامعي
0%	0	ثانوي
0%	0	دون الثانوي
100%	60	المجموع

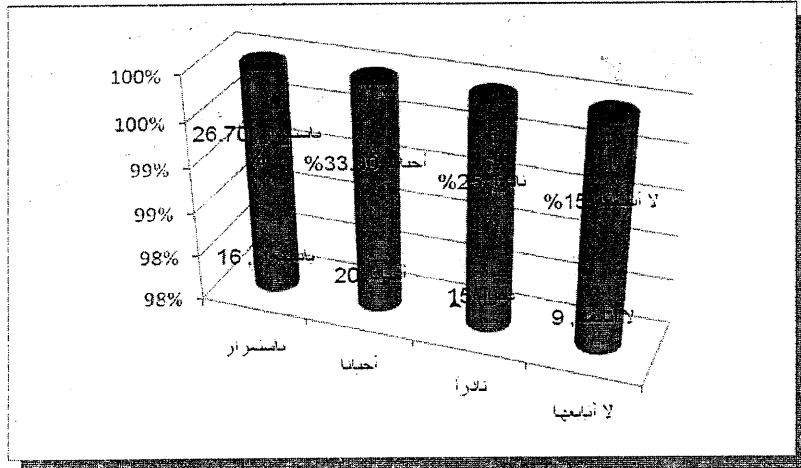
جدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة



على مستوى مقروئية ما تكتبه الصحافة الأمريكية بين أفراد العينة الموضحة في الجدول رقم (4) فقد أثبتت الدراسة أن الذين يقرءونها باستمرار تشكل نسبتهم 26.7% بتكرار 16، أما فئات أحياناً فهم 33.3% بتكرار 20، أما الذين يقرءونها نادراً تأتي نسبتهم 25% بتكرار 15، فيما جاءت نسبة الذين لا يتابعونها 15% بتكرار 9 أشخاص فقط.

الفئات	التكرار	النسبة
بأستمرار	16	26.7%
أحياناً	20	33.3%
نادراً	15	25%
لا أتابعها	9	15%
المجموع	60	100%

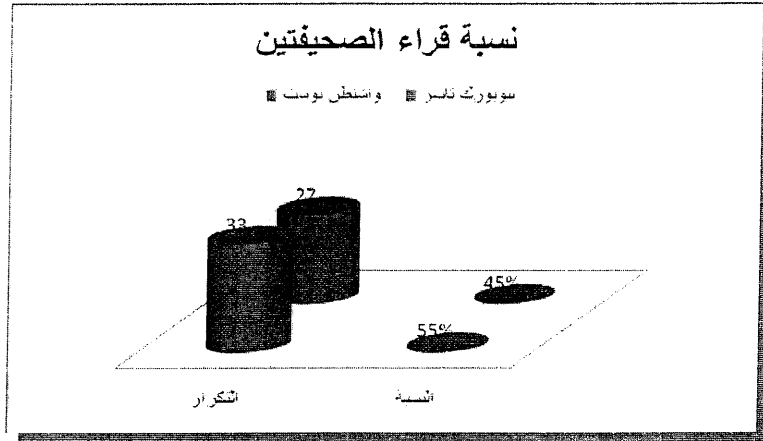
جدول رقم (4) يوضح نسبة قراء الصحافة الأمريكية بين أفراد العينة



فيما يتعلق بالصحيفتين المستهدفتين في الدراسة، يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة الذين يقرأون صحيفة "واشنطن بوست" الأعلى من بين أفراد العينة بنسبة 55%، بتكرار 33 شخصاً، فيما جاءت نسبة قراء "نيويورك تايمز" 45% بتكرار 27 شخصاً.

الصحيفة	التكرار	النسبة
واشنطن بوست	33	55%
نيويورك تايمز	27	45%
المجموع	60	100%

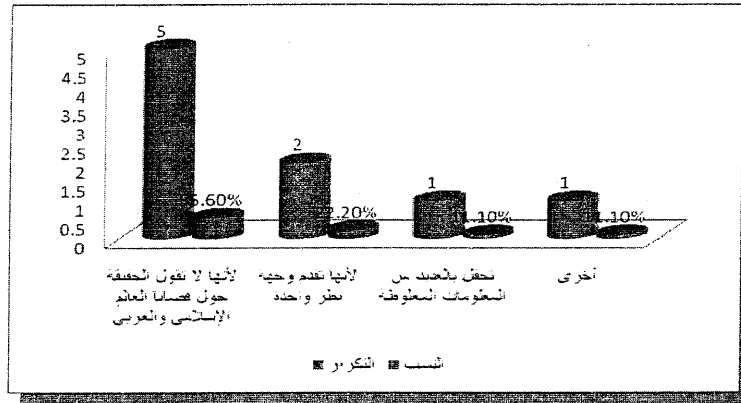
جدول رقم (5) يوضح نسبة قراء صحيفتي الدراسة بين أفراد العينة



يوضح الجدول رقم (6) والمتعلق بأسباب عدم متابعة التسعة الذين أقرروا في الجدول رقم (4) أنهم لا يتابعون الصحافة الأمريكية، أن 55.6% منهم يعتقدون أنها لا تقول الحقيقة حول قضايا العالم الإسلامي والعربي، فيما يرى 22.2% أن الصحافة الأمريكية تقدم وجهة نظر واحدة، فيما تساوت نسبة الذين قدموا أسباباً في فئة (أخرى)، والذين يعتقدون أنها تحفل بالعديد من المعلومات المغلوطة بنسبة 11.1%.

السبب	التكرار	النسب
لأنها لا تقول الحقيقة حول قضايا العالم الإسلامي والعربي	5	55.6%
لأنها تقدم وجهة نظر واحدة	2	22.2%
تحفل بالعديد من المعلومات المغلوطة	1	11.1%
أخرى	1	11.1%
المجموع	9	100%

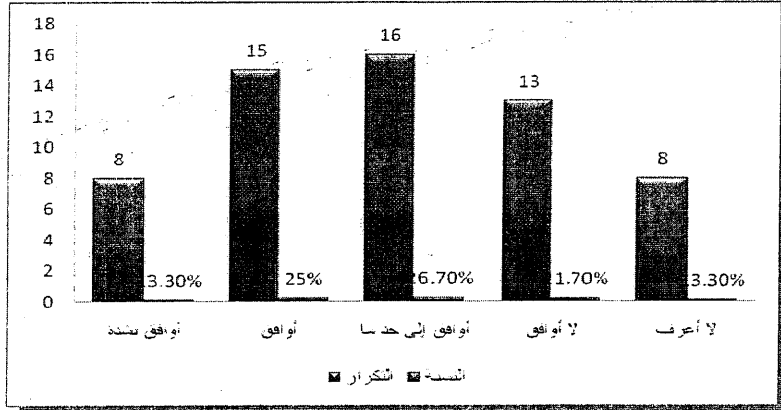
جدول رقم (6) يوضح أسباب عدم متابعة الصحافة الأمريكية



في الجدول رقم (7) يتضح أن 65% من أفراد العينة يقرون أن الصحافة الأمريكية تشوه صورة الإسلام والمسلمين، وهي نسبة مجموع فئات (أوافق بشدة 13.3%)، و(أوافق 25%)، و(أوافق إلى حد ما 26.7%)، أما الذين لا يوافقون فقد جاءت نسبتهم 21.7%، فيما قال 13.3% أنهم لا يعرفون.

النسبة	التكرار	الفئات
13.3%	8	أوافق بشدة
25%	15	أوافق
26.7%	16	أوافق إلى حد ما
21.7%	13	لا أوافق
13.3%	8	لا أعرف
100%	60	المجموع

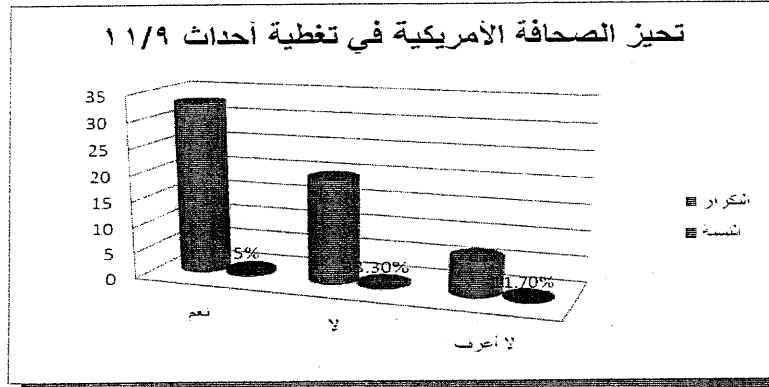
جدول رقم (7) يوضح تشويه الصحافة الأمريكية لصورة الإسلام والمسلمين



ويرى 55% من أفراد العينة ضمن الجدول رقم (8) أن الصحافة الأمريكية كانت متحيزة في تغطية أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، فيما لا يوافق على ذلك 33.3%، أما فئة (لا أعرف) فقد جاءت بنسبة 11.7%.

النسبة	التكرار	الفئات
55%	33	نعم
33.3%	20	لا
11.7%	7	لا أعرف
100%	60	المجموع

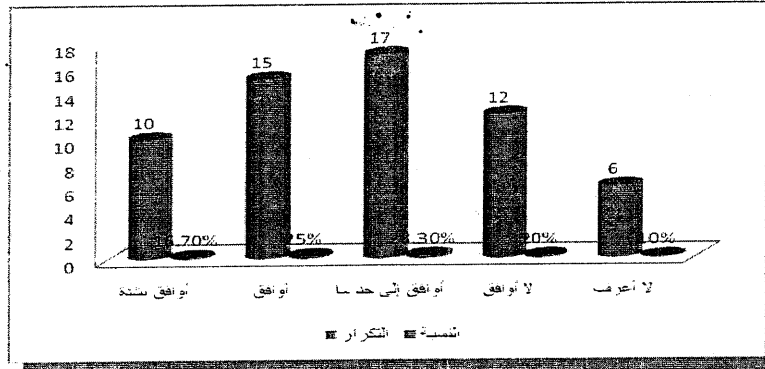
جدول رقم (8) يوضح إن كانت الصحافة الأمريكية متحيزة في تغطية أحداث 9/11



في الجدول رقم (9) المتعلق بافتقاد الصحافة الأمريكية للمصداقية حينما تتناول أحداثاً أو قضايا تخص المسلمين والإسلام، فقد جاءت فئة (أوافق بشدة) بنسبة 16.7%، و(أوافق) 25%، و(أوافق إلى حد ما) بنسبة 28.3%، أما فئة (لا أوافق) فقد جاءت بنسبة 20%، فيما قال 10% من أفراد العينة أنهم لا يعرفون.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	10	16.7%
أوافق	15	25%
أوافق إلى حد ما	17	28.3%
لا أوافق	12	20%
لا أعرف	6	10%
المجموع	60	100%

جدول رقم (9) يوضح إن كانت الصحافة الأمريكية تفتقد للمصداقية بقضايا الإسلام والمسلمين

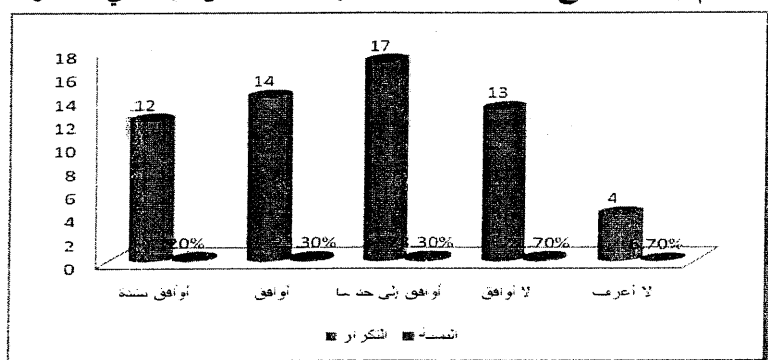


يوضح الجدول رقم (10) أن 71.7% من جملة العينة يقرون أن الصحافة الأمريكية تمارس التضليل الإعلامي كجزء من إستراتيجية علاقات الإدارة الأمريكية مع الدول الأخرى خاصة الإسلامية والعربية، وهي مجموع نسب فئات (أوافق بشدة 20% بتكرار 12)، و(أوافق

23.3% بتكرار 14)، و(أوافق إلى حد ما 28.3% بتكرار 17)، وكل ذلك مقابل 21.7% لا يوافقون بتكرار 13 مرة، أما الذين لا يعرفون فقد جاءت نسبتهم 6.7% بتكرار 4 مرات فقط.

النسبة	التكرار	الفئات
20%	12	أوافق بشدة
23.3%	14	أوافق
28.3%	17	أوافق إلى حد ما
21.7%	13	لا أوافق
6.7%	4	لا أعرف
100%	60	المجموع

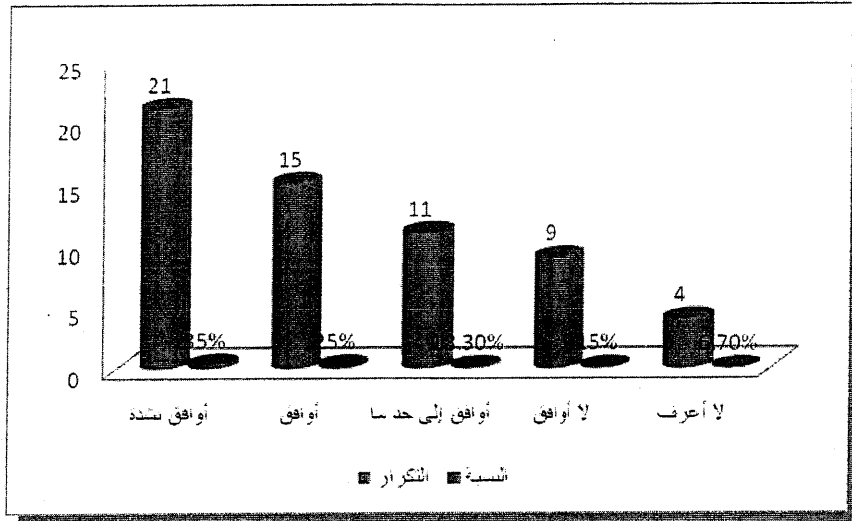
جدول رقم (10) يوضح ممارسة الصحافة الأمريكية للتضليل الإعلامي كاستراتيجية



في الجدول رقم (11) وافق بشدة 35% من أفراد العينة بتكرار 21 على أن هناك صورة ذهنية مغلوطة لدى الرأي العام الأمريكي عن الإسلام والمسلمين، وجاءت فئة (أوافق) بنسبة 25%، بتكرار 15، وفئة (أوافق إلى حد ما) بنسبة 18.3% بتكرار 11، وفئة (لا أوافق) 15% بتكرار 9، أما فئة (لا أعرف) فقد جاءت نسبتها 6.7% بتكرار 4 مرات فقط.

النسبة	التكرار	الفئات
35%	21	أوافق بشدة
25%	15	أوافق
18.3%	11	أوافق إلى حد ما
15%	9	لا أوافق
6.7%	4	لا أعرف
100%	60	المجموع

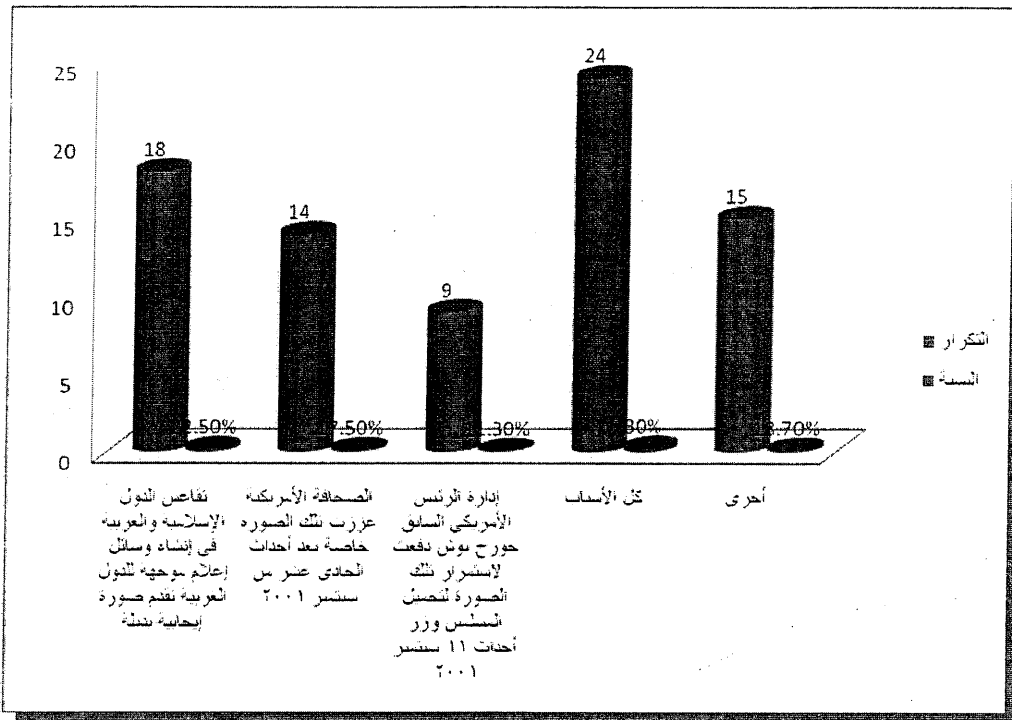
جدول رقم (11) يوضح الصورة الذهنية المغلوطة لدى الرأي العام الأمريكي



في الجدول رقم (12) يتضح أن 22.5% يرجعون استمرار الصورة الذهنية المغلوطة عن الإسلام والمسلمين ناتج عن "تقاعس الدول الإسلامية والعربية في إنشاء وسائل إعلام موجهة للدول الغربية تقدم صورة إيجابية بديلة"، فيما يورد أسباباً (أخرى) 18.7%، أما الذين يرجعوها إلى "الصحافة الأمريكية عززت تلك الصورة خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001" نسبتهم 17.5%، و11.3% يرون أنها ناتجة من "إدارة الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش دفعت لاستمرار تلك الصورة لتحميل المسلمين وزر أحداث 11 سبتمبر 2001"، فيما يرى 30% من جملة العينة أنها كل تلك الأسباب مجتمعة.

النسبة	التكرار	الفئات
22.5%	18	تقاعس الدول الإسلامية والعربية في إنشاء وسائل إعلام موجهة للدول الغربية تقدم صورة إيجابية بديلة
17.5%	14	الصحافة الأمريكية عززت تلك الصورة خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001
11.3%	9	إدارة الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش دفعت لاستمرار تلك الصورة لتحميل المسلمين وزر أحداث 11 سبتمبر 2001
30%	24	كل الأسباب
18.7%	15	أخرى
100%	80	المجموع

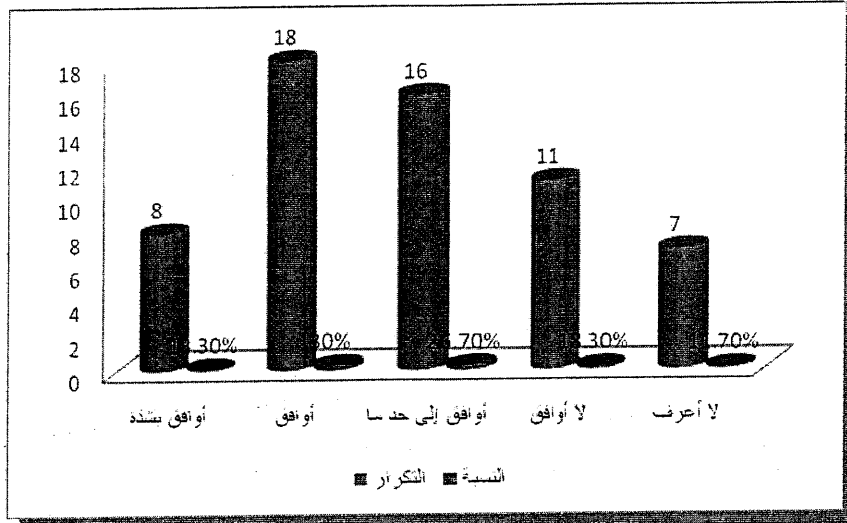
جدول رقم (12) يوضح أسباب استمرار الصورة الذهنية المغلوطة عن الإسلام والمسلمين



في المحور الخاص بأن الصحافة الأمريكية تُساند وتبرر السياسة الأمريكية ضد العرب والمسلمين وبعض رموزهم من خلال ربط صورهم بممارسات وسلوكيات يتم نعتها بالإرهابية، وفقاً لما هو موضح بالجدول رقم (13)، فقد نالت فئة (أوافق) النسبة الأعلى بـ 30% بتكرار 18، وجاءت بعدها في المرتبة الثانية فئة (أوافق إلى حد ما) 26.7% بتكرار 16، و(أوافق بشدة) 13.3% بتكرار 8، أما الذين لا يوافقون فقد كانت نسبتهم 18.3% بتكرار 11، فيما قال 11.7% بتكرار 7 إنهم لا يعرفون.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	8	13.3%
أوافق	18	30%
أوافق إلى حد ما	16	26.7%
لا أوافق	11	18.3%
لا أعرف	7	11.7%
المجموع	60	100%

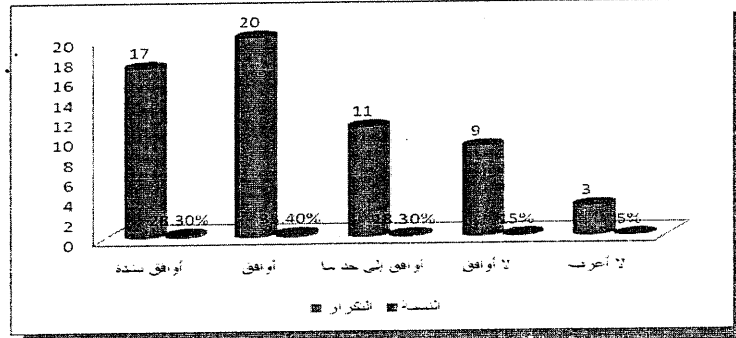
جدول رقم (13) يوضح مساندة الصحافة الأمريكية للسياسة الأمريكية ضد العرب والمسلمين



في الجدول رقم (14) جاءت النسبة الأعلى للذين يوافقون على أن "تغطية الصحافة الأمريكية للحرب ضد العراق وأفغانستان قدمت أنموذجاً للتضليل الإعلامي"، بـ 33.4% وفق تكرار 20، وفئة (أوافق بشدة) بنسبة 28.3% تكرار 17، أما فئة (أوافق إلى حد ما) كانت نسبتها 18.3% بتكرار 11، والذين لا يوافقون جاءت نسبتهم 15% بتكرار 9، وأخيراً قال 3 أشخاص بنسبة 5% إنهم لا يعرفون.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	17	28.3%
أوافق	20	33.4%
أوافق إلى حد ما	11	18.3%
لا أوافق	9	15%
لا أعرف	3	5%
المجموع	60	100%

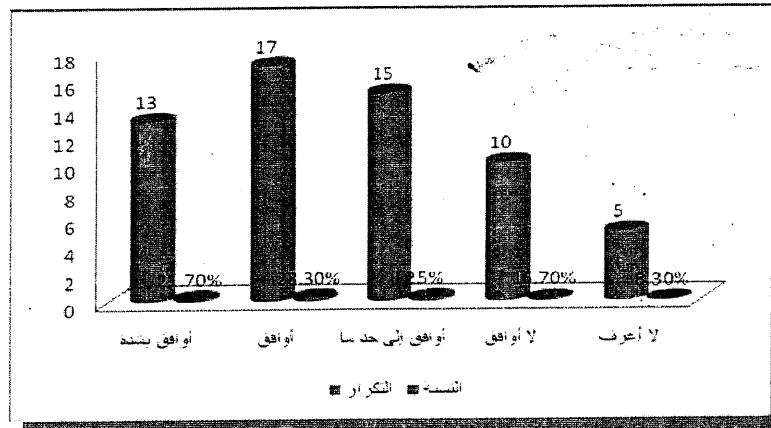
جدول رقم (14) يوضح تغطية الصحافة الأمريكية للحرب ضد العراق وأفغانستان أنموذج للتضليل الإعلامي



يتضح من الجدول رقم (15) والمتعلق بـ"تغطية الصحافة الأمريكية توازر الموقف السائد للحكومة الأمريكية في الأزمات المتعلقة بالسياسة الخارجية لاسيما في حالة تناول الصراعات بين الولايات المتحدة وغيرها من الدول"، أن 28.3% من أفراد العينة كانت ففتهم التي اختاروها (أوافق) بتكرار 17 مرة، وجاءت بعدها فئة (أوافق إلى حد ما) 25% بتكرار 15، ثم فئة (أوافق بشدة) 21.7% بتكرار 13، أما الذين اختاروا فئة (لا أوافق) فقد كانت نسبتهم 16.7% بتكرار 10، فيما قال 5 أشخاص بنسبة 8.3% أنهم لا يعرفون.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	13	21.7%
أوافق	17	28.3%
أوافق إلى حد ما	15	25%
لا أوافق	10	16.7%
لا أعرف	5	8.3%
المجموع	60	100%

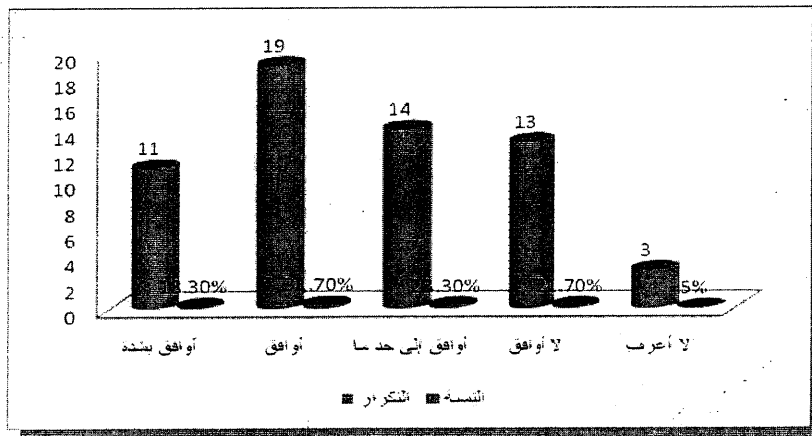
جدول رقم (15) يوضح مؤازرة الصحافة الأمريكية للمواقف الحكومية بالأزمات



في الجدول رقم (16) وافق 31.7% بتكرار 19 من أفراد العينة على أن "الصحافة الأمريكية تقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين"، فيما (وافق إلى حد ما) 14 بنسبة 23.3%، ونالت فئة (أوافق بشدة) نسبة 18.3% بتكرار 11، فيما اختار 21.7% بتكرار 13 فئة (لا أوافق)، أما فئة (لا أعرف) فقد اختارها 3 أشخاص بنسبة 5%.

النسبة	التكرار	الفئات
18.3%	11	أوافق بشدة
31.7%	19	أوافق
23.3%	14	أوافق إلى حد ما
21.7%	13	لا أوافق
5%	3	لا أعرف
100%	60	المجموع

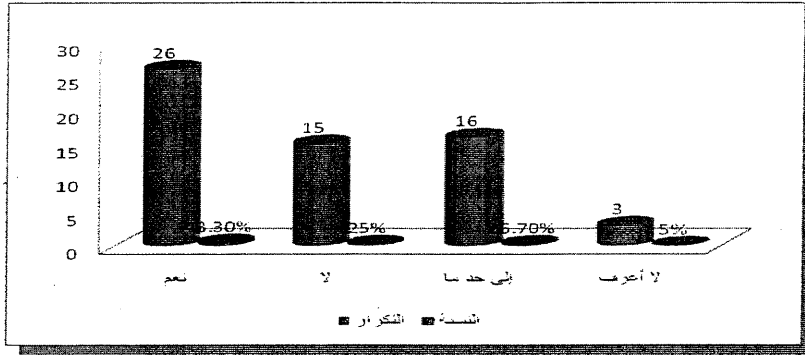
جدول رقم (16) يوضح تقديم الصحافة الأمريكية توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين



يوضح الجدول رقم (17) والخاص بسؤال "هل تعتقد أن التغطية الإخبارية السلبية للعالم الإسلامي من قبل الصحافة الأمريكية ساهمت في التأثير على تصورات الجمهور ومواقفهم حول المجتمعات الإسلامية؟"، أن 43.3% اختاروا فئة (نعم) بتكرار 26 شخصاً من أفراد العينة، وفئة (إلى حد ما) 26.7% بتكرار 16، أما فئة (لا) فقد اختارها 25% بتكرار 15 من بين المبحوثين.

النسبة	التكرار	الفئات
43.3%	26	نعم
25%	15	لا
26.7%	16	إلى حد ما
5%	3	لا أعرف
100%	60	المجموع

جدول رقم (17) يوضح تأثير الصحافة الأمريكية على تصورات الجمهور



في الجدول رقم (18) يقر 33.3% من أفراد العينة أن الحرب العالمية على الإرهاب التي تقودها الولايات المتحدة الأمريكية ما هي إلا محاولة لاستهداف الإسلام والمسلمين، بتكرار 20 مرة، ويوافق (إلى حد ما) 31.7%، بتكرار 19 مرة، ويتضح من مجموعهما أن 65% من المبحوثين يوافقون على ذلك.

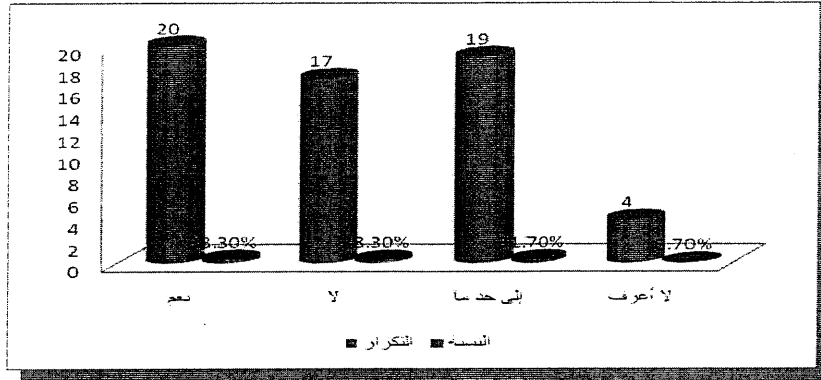
وجاءت نسبة الذين يرفضون (فئة لا) 28.3%، بتكرار 17 مرة، أما الذين حددوا فئة (لا أعرف) فكانوا 4 أشخاص بنسبة 6.7%.

ويشير جون إل. إسبوزيتو (JOHN L. ESPOSITO) وداليا مجاهد إلى أن "التحيزات تجعل دبلوماسيتنا العامة، تبدو وكأنها ضرب من النفاق، وتجعل بالتالي مهمة الدبلوماسيين الأمريكيين في إقناع المسلمين حول العالم بأن الولايات المتحدة تحترمهم، وأن الحرب على الإرهاب ليس غرضها تدمير الإسلام، تزداد صعوبة على الدوام، خصوصاً مع استمرار تدفق الآراء التي تعبر عن مشاعر معادية للمسلمين، والتي يتم بثها من قبل معلقين في البرامج الحوارية التي تبثها محطات الجناح اليميني في أمريكا، والتي يتم سماعها بعد ذلك في مختلف أنحاء العالم من خلال شبكة الإنترنت"¹.

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	20	33.3%
لا	17	28.3%
إلى حد ما	19	31.7%
لا أعرف	4	6.7%
المجموع	60	100%

جدول رقم (18) يوضح أن الحرب على الإرهاب تستهدف الإسلام والمسلمين

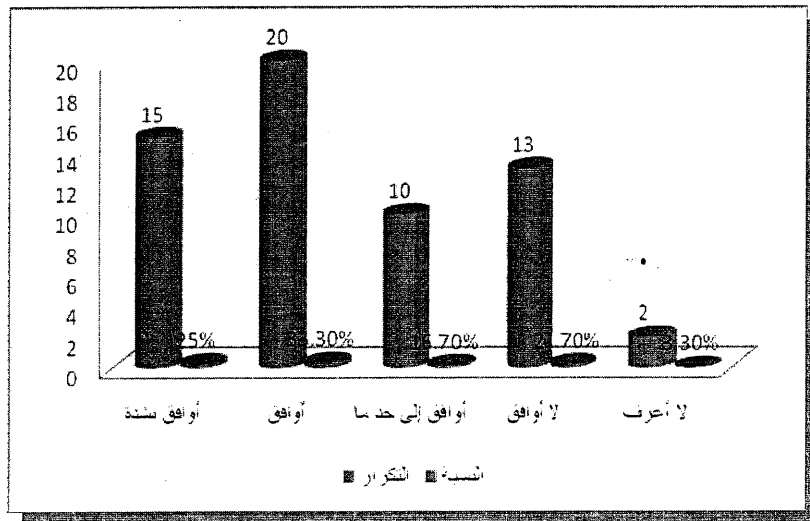
¹. Muslim true/false, JOHN L. ESPOSITO AND DALIA MOGAHED, Ibid.



يتضح من الجدول رقم (19) أن 33.3% يوافقون على أن "الخطاب الإعلامي الأمريكي فشل في تشكيل رأي عام في العالم الإسلامي مساند لسياسات الإدارات الأمريكية المتعاقبة"، بتكرار 20 مرة، أما الذين حددوا فئة (أوافق بشدة) فقد بلغت نسبتهم 25%، بتكرار 15، و(أوافق إلى حد ما) 16.7% بتكرار 10، و(لا أوافق) 21.7% بتكرار 13، فيما جاءت فئة (لا أعرف) بنسبة 3.3% بتكرار 2 فقط.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	15	25%
أوافق	20	33.3%
أوافق إلى حد ما	10	16.7%
لا أوافق	13	21.7%
لا أعرف	2	3.3%
المجموع	60	100%

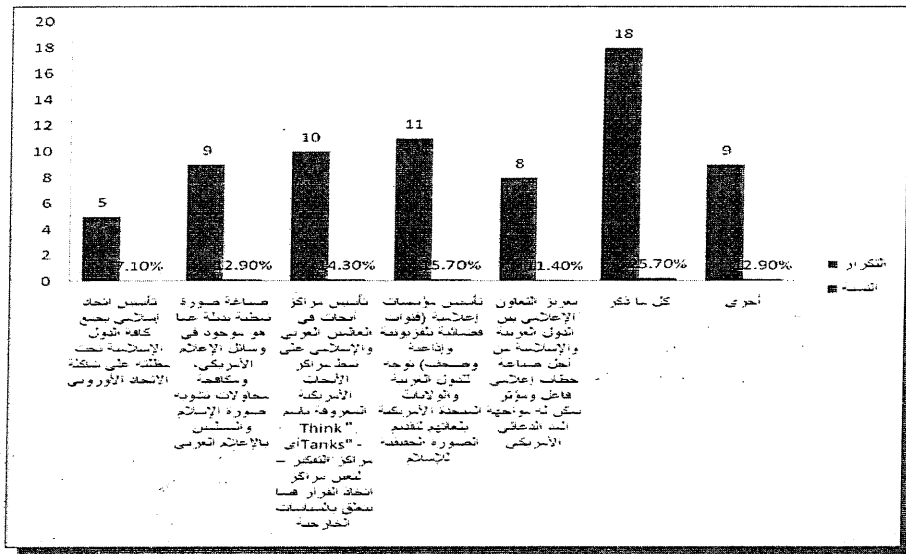
جدول رقم (19) يوضح فشل الخطاب الإعلامي الأمريكي في تشكيل رأي عام بالعالم الإسلامي مساند للسياسات الأمريكية



في الجدول رقم (20) المتعلق بمحور "السبل التي يمكن إتباعها في العالم الإسلامي لمواجهة الخطاب الإعلامي الأمريكي"، فقد نال "تأسيس اتحاد إسلامي يجمع كافة الدول الإسلامية تحت مظلته على شاكلة الاتحاد الأوروبي"، 7.1% بتكرار 5، و"صياغة صورة نمطية بديلة عما هو موجود في وسائل الإعلام الأمريكي، ومكافحة محاولات تشويه صورة الإسلام والمسلمين بالإعلام الغربي"، نسبة 12.9% بتكرار 9، و"تأسيس مراكز أبحاث في العالمين العربي والإسلامي على غط مراكز الأبحاث الأمريكية المعروفة باسم "Think Tanks" - أي مراكز التفكير - لتعين مراكز اتخاذ القرار فيما يتعلق بالسياسات الخارجية"، 14.3%، بتكرار 10، و"تأسيس مؤسسات إعلامية (قنوات فضائية تلفزيونية وإذاعية وصحف) توجه للدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية بلغاتهم لتقدم الصورة الحقيقية للإسلام"، 15.7%، بتكرار 11، و"تعزيز التعاون الإعلامي بين الدول العربية والإسلامية من أجل صياغة خطاب إعلامي فاعل ومؤثر يمكن له مواجهة المد الدعائي الأمريكي"، 11.4%، بتكرار 8، وجاءت فئة (أخرى) بنسبة 12.9%، بتكرار 9، أما النسبة الأعلى فقد نالتها فئة (كل ما ذكر)، 25.7%، بتكرار 18 مرة.

النسبة	التكرار	سبل مواجهة الخطاب الإعلامي الأمريكي
7.1%	5	تأسيس اتحاد إسلامي يجمع كافة الدول الإسلامية تحت مظلته على شاكلة الاتحاد الأوروبي
12.9%	9	صياغة صورة نمطية بديلة عما هو موجود في وسائل الإعلام الأمريكي، ومكافحة محاولات تشويه صورة الإسلام والمسلمين بالإعلام الغربي
14.3%	10	تأسيس مراكز أبحاث في العالمين العربي والإسلامي على غط مراكز الأبحاث الأمريكية المعروفة باسم "Think Tanks" - أي مراكز التفكير - لتعين مراكز اتخاذ القرار فيما يتعلق بالسياسات الخارجية
15.7%	11	تأسيس مؤسسات إعلامية (قنوات فضائية تلفزيونية وإذاعية وصحف) توجه للدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية بلغاتهم لتقدم الصورة الحقيقية للإسلام
11.4%	8	تعزيز التعاون الإعلامي بين الدول العربية والإسلامية من أجل صياغة خطاب إعلامي فاعل ومؤثر يمكن له مواجهة المد الدعائي الأمريكي
25.7%	18	كل ما ذكر
12.9%	9	أخرى
100%	70	المجموع

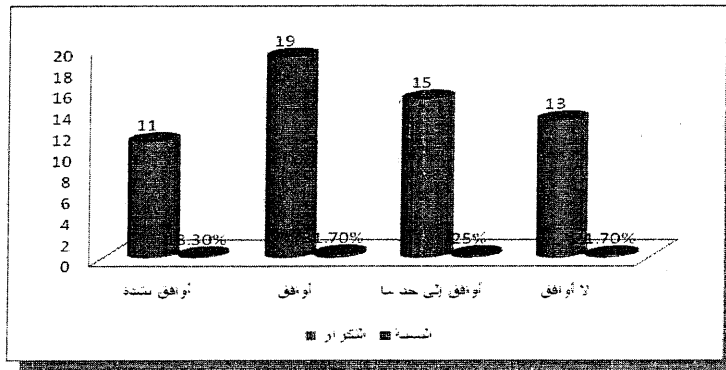
جدول رقم (20) يوضح سبل مواجهة الخطاب الإعلامي الأمريكي



في الجدول رقم (21) الخاص بمحور "الممارسات الإعلامية الأمريكية تؤثر سلباً على الرأي العام في الدول الإسلامية، في مقابل صمت المجتمع الدولي"، نالت فئة (أوافق) النسبة الأعلى بـ 31.7%، بتكرار 19، وفئة (أوافق بشدة) 18.3%، بتكرار 11، وفئة (أوافق إلى حد ما) 25%، بتكرار 15، أما فئة (لا أوافق) فقد حدها 13 شخصاً من عينة المبحوثين بنسبة 21.7%، فيما فئة (لا أعرف) 3.3% بتكرار 2 فقط.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	11	18.3%
أوافق	19	31.7%
أوافق إلى حد ما	15	25%
لا أوافق	13	21.7%
لا أعرف	2	3.3%
المجموع	60	100%

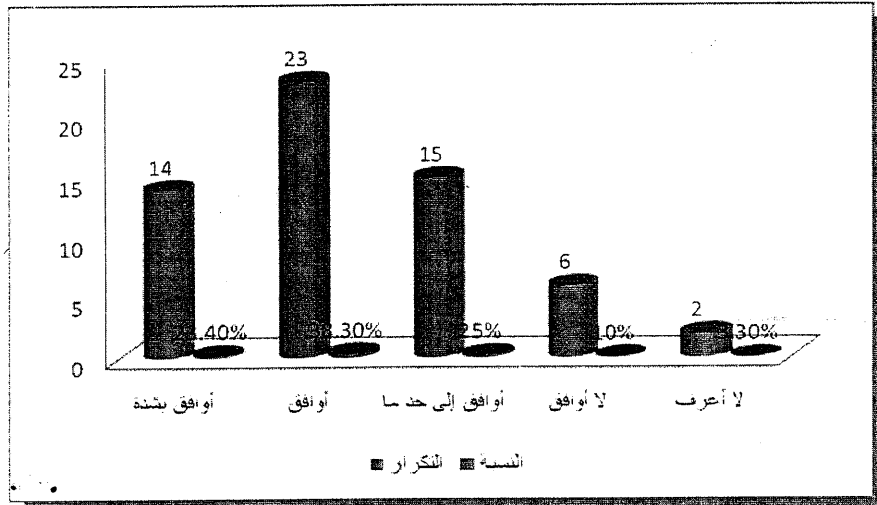
جدول رقم (21) يوضح تأثير الممارسات الإعلامية الأمريكية على الرأي العام الإسلامي



يوضح الجدول رقم (22) الخاص بمحور "السياسات الإعلامية للولايات المتحدة تجاه الدول الإسلامية والعربية تفاقم التوترات الداخلية والخصومات العرقية والمشاكل الاجتماعية القائمة، لخدمة المصالح الأمريكية، وتساعد هذه الدول بخطط اقتصادية وسياسات أمنية، وإنتهاكات للحقوق الأساسية للمواطنين"، أن 38.3% حددوا فئة (أوافق)، بتكرار 23، وفئة (أوافق إلى حد ما) 25%، بتكرار 15، وفئة (أوافق بشدة) 23.4%، بتكرار 14، أما فئة (لا أوافق) فقد جاءت نسبتها 10%، بتكرار 6، فيما نالت فئة (لا أعرف) 3.3%، بتكرار 2 فقط.

الفئات	التكرار	النسبة
أوافق بشدة	14	23.4%
أوافق	23	38.3%
أوافق إلى حد ما	15	25%
لا أوافق	6	10%
لا أعرف	2	3.3%
المجموع	60	100%

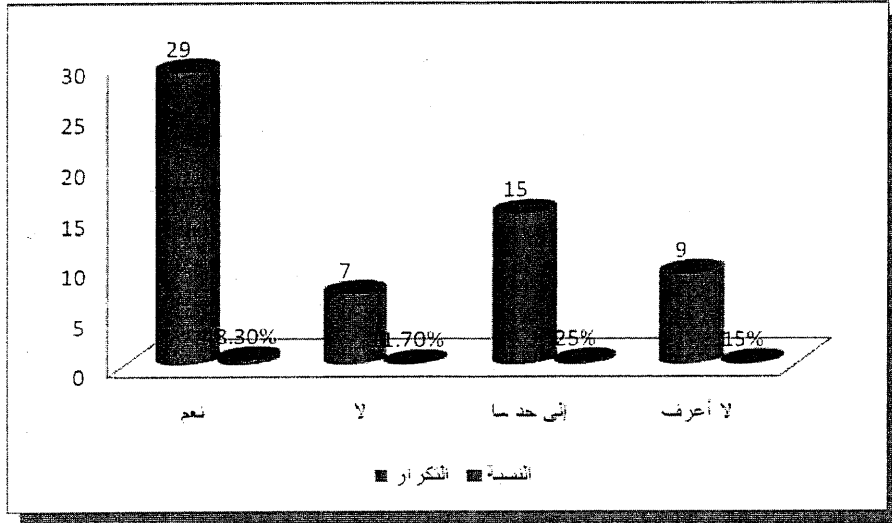
جدول رقم (22) يوضح مفاقة السياسات الإعلامية الأمريكية للتوترات



في الجدول رقم (23) قال 48.3% بتكرار 29 من أفراد العينة أن الولايات المتحدة الأمريكية فشلت في تسويق سياساتها بمنطقة الشرق والعالم عبر تأسيس وسائل إعلام أمريكية في العالمين العربي والإسلامي ناطقة باللغة العربية، مثال قناة "الحرّة" إذاعة راديو "سوا"، فيما أقر 25% بتكرار 15 أن ذلك تم (إلى حد ما)، أما الذي قالوا (لا) فقد بلغت نسبتهم 11.7% بتكرار 7، فيما حدد 15% بتكرار 9 من المبحوثين فئة (لا أعرف).

النسبة	التكرار	الفئات
48.3%	29	نعم
11.7%	7	لا
25%	15	إلى حد ما
15%	9	لا أعرف
100%	60	المجموع

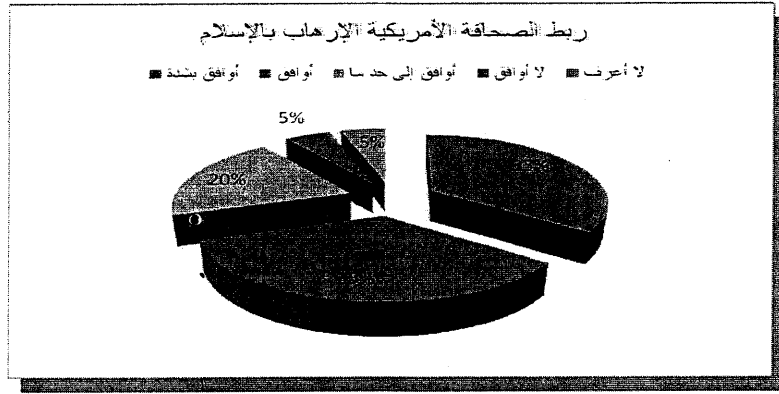
جدول رقم (23) يوضح فشل الإعلام الأمريكي الناطق بالعربية



يوضح الجدول رقم (24) أن 90% من أفراد العينة أقرروا أن "الصحافة الأمريكية تربط الإرهاب بالإسلام في حال وجود بعض المتطرفين الذين يشكلون نسبة ضئيلة بين عدد المسلمين في العالم الذي يفوق 1.62 مليار، فيما لا تربطه بأي ديانة أخرى رغم وجود حالات لمتطرفين أرثوذكس وكاثوليك وهندوس"، وهي وهذه النسبة هي جملة فئات (أوافق بشدة 35% بتكرار 21)، و(أوافق 35% بتكرار 21)، و(أوافق إلى حد ما 20% بتكرار 12)، أما الذين حددوا فئة (لا أوافق) فقد بلغت نسبتهم 5% فقط بتكرار 3، وبذات النسبة والتكرار حدد آخرون فئة (لا أعرف).

النسبة	التكرار	الفئات
35%	21	أوافق بشدة
35%	21	أوافق
20%	12	أوافق إلى حد ما
5%	3	لا أوافق
5%	3	لا أعرف
100%	60	المجموع

جدول رقم (24) يوضح ربط الصحافة الأمريكية الإرهاب بالإسلام



الفصل السابع

النتائج

التوصيات

الخاتمة

الفصل السابع

النتائج (Findings)

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

(1) أثبتت الدراسة أن الإعلام الأمريكي يقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين، ويتضح ذلك من تحليل إفتتاحيات صحفيي "واشنطن بوست" ونيويورك تايمز"، إذ جاءت صفة "إرهابيون" في الأولى بنسبة 58.8%، وفي الثانية 41.2%، "عدو أو عدو مقاتل"، (76.7%، و23.3%)، "ديكتاتور" (75% و25%)، "متطرفون" (67.7%، و32.3%)، "عنيف" (58.3%، و41.7%)، "أصوليون" (80%، و20%)، "بغض" و"أحقاد عرقية" فقد وردت الأولى في "واشنطن بوست" مرة واحدة فيما لم ترد الثانية، أما في "نيويورك تايمز" فلم ترد الأولى، فيما جاءت الثانية مرة واحدة فقط.

وقد أكدت ذلك الدراسة الاستقصائية إذ وافق 73.3% من أفراد العينة على أن "الصحافة الأمريكية تقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين".

(2) أكدت الدراسة أن لخطاب الإعلامي الأمريكي فشل في تشكيل رأي عام في العالم الإسلامي يتوافق مع معطيات السياسة الأمريكية، على الرغم من وجود تيارات تساند توجهات الولايات المتحدة في المنطقة العربية والإسلامية، إذ أقر 75% من أفراد العينة فشل الخطاب الإعلامي الأمريكي، وذلك لأن تغطيات الصحافة الأمريكية وفقاً لـ 75% من أفراد العينة توازر الموقف السائد للحكومة الأمريكية في الأزمات المتعلقة بالسياسة الخارجية لاسيما في حالة تناول الصراعات بين الولايات المتحدة وغيرها من الدول.

وقد حاولت الولايات المتحدة الأمريكية إيجاد حلول لهذه المشكلة عبر إنشاء وسائل إعلام أمريكية في العالمين العربي والإسلامي ناطقة باللغة العربية، مثال قناة "الحرّة" إذاعة راديو "سوا"، ويرى أفراد العينة أنها فشلت في ذلك، بنسبة 48.3%، فيما وصف 25% ذلك الفشل بـ "إلى حد ما".

وتذهب الدراسة بموافقة 45% إلى أن هذا الفشل أثر بالممارسات الإعلامية الأمريكية سلباً على الرأي العام في الدول الإسلامية.

كما أن هذا الفشل لعب دوراً مهماً في تفاقم التوترات الداخلية والخصومات العرقية والمشاكل الاجتماعية القائمة، لخدمة المصالح الأمريكية، بموافقة 86.7%.

(3) كشفت دراسة تحليل المضمون عن أن الصحافة الأمريكية وجهت أصابع الاتهام بصورة غير مباشرة للمسلمين والعرب بسبب تفجيرات 11 سبتمبر 2001، وجاءت الدراسة الميدانية داعمة لذلك، إذ يرى 55% من أفراد العينة أن "الصحافة الأمريكية كانت متحيزة في تغطية أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001"، وكذلك يقر 65% أن الصحافة الأمريكية تشوه صورة الإسلام والمسلمين.

ويدعم هذه الجزئية ما ذهب إليه أستاذ فلسفة الدين في كلية كليرمونت للاهوت (Claremont School of Theology) وجامعة كليرمونت للدراسات العليا (Claremont Graduate University) البروفيسور ديفيد راي غريفين (David Ray Griffin)، إذ قال إن جزء كبير من السياسة الخارجية الأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر استند على افتراض أن المسلمين هم من تسببوا في الهجمات، واستخدم هذا الافتراض لتبرير الحروب في أفغانستان والعراق، مضيفاً أنه "لا يزال يعتقد على نطاق واسع أن الهجوم الأمريكي على أفغانستان كان مبرراً. وعلى سبيل المثال، فحينما تشير صحيفة "نيويورك تايمز"، إلى هجوم الولايات المتحدة على العراق تصفه بـ "حرب الاختيار" فيما تدعو المعركة في أفغانستان "حرب الضرورة"¹.

ومن جهة أخرى، أوضحت الدراسة أن 65% من أفراد العينة أقرّوا أن الحرب العالمية على الإرهاب التي تقودها الولايات المتحدة الأمريكية ما هي إلا محاولة لاستهداف الإسلام والمسلمين.

(4) أثبتت الدراسة أن الصحافة الأمريكية تُساند وتبرر السياسة الأمريكية ضد العرب والمسلمين وبعض رموزهم من خلال ربط صورهم بممارسات وسلوكيات يتم نعتها بالإرهابية، بموافقة 70% من أفراد العينة.

كما أثبتت الدراسة الميدانية افتقاد الصحافة الأمريكية للمصداقية حينما تتناول أحداثاً أو قضايا تخص المسلمين والإسلام (70% من أفراد العينة).

ويتضح كذلك أن 90% من أفراد العينة أقرّوا أن "الصحافة الأمريكية تربط الإرهاب بالإسلام في حال وجود بعض المتطرفين الذين يشكلون نسبة ضئيلة بين عدد المسلمين في

¹. David Ray Griffin, Was America Attacked by Muslims on 9/11?, OpEdNews.com, 2008.

العالم الذي يفوق 1.62 مليار، فيما لا تربطه بأي ديانة أخرى رغم وجود حالات متطرفين أرثوذكس وكاثوليك وهندوس".

(5) أوضحت الدراسة الميدانية أن الصحافة الأمريكية تمارس التضليل الإعلامي كجزء من إستراتيجية علاقات الإدارة الأمريكية مع الدول الأخرى خاصة الإسلامية والعربية، إذ أقر ذلك 71.7% من جملة العينة.

وعزز ذلك أن 80% من أفراد العينة يرون أن "تغطية الصحافة الأمريكية للحرب ضد العراق وأفغانستان قدمت نموذجاً للتضليل الإعلامي".

(6) أثبتت الدراسة أن هناك صورة ذهنية مغلوطة لدى الرأي العام الأمريكي عن الإسلام والمسلمين، (78.3%).

(7) أثبتت الدراسة أن التغطية الإخبارية السلبية للعالم الإسلامي من قبل وسائل الإعلام الأمريكية ساهمت في التأثير على تصورات الجمهور وصنّاع السياسة ومواقفهم حول المجتمعات الإسلامية.

(8) أثبتت الدراسة أن الممارسات الإعلامية (Media Practices) الأمريكية تنتهك السيادة الوطنية (National Sovereignty) للدول الإسلامية، في مقابل صمت المجتمع الدولي.

(9) أكدت الدراسة أن هناك العديد من الضحايا الذين سقطوا نتيجة استخدام الولايات المتحدة الأمريكية العشوائي للقوة، أو كما تسميه الولايات المتحدة بتعبير ملطف "أضرار جانبية" (collateral damage).

(10) أثبتت الدراسة أن السياسات الإعلامية للولايات المتحدة تجاه الدول الإسلامية والعربية تفاقم التوترات الداخلية والخصومات العرقية والمشاكل الاجتماعية القائمة، لخدمة المصالح الأمريكية، وتساعدها هذه الدول بخطط اقتصادية وسياسات أمنية، وانتهاكات للحقوق الأساسية للمواطنين.

(11) برهنت مآلات الثورات العربية التي شهدتها بعض الدول العربية منذ العام 2010، والتي تعرف بـ "الربيع العربي" أن الولايات المتحدة الأمريكية تعمل على إثارة المشاعر غير العقلانية (Irrational Sentiments) لدى عامة الناس واستغلالها بشكل متعمد.

(12) أكدت الدراسة أن هناك تأثيرات واضحة يتركها الخطاب الإعلامي الدولي في ظل العولمة على سيادة الدول، وخلخلة الانتماءات الاجتماعية بالضرب على وتر الاختلافات المذهبية وغيرها من الإشكالات التي تشهدها المجتمعات الإسلامية والعربية.

التوصيات

التوصيات (Recommendations)

وضع الباحث مجموعة من التوصيات التي تعين على حل بعض الإشكالات التي ظهرت في الدراسة من خلال النتائج وتشمل هذه التوصيات ما يلي:

(1) تأسيس مؤسسات إعلامية (قنوات فضائية تلفزيونية وإذاعية وصحف) توجه للدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية لتقدم الصورة الحقيقية للإسلام، وتخطب جمهور المتلقين باللغات السائدة في تلك المجتمعات.

(2) التنسيق الإعلامي بين الدول الإسلامية والعربية لصياغة خطاب إعلامي في مواجهة ما يُبث في وسائل الإعلام الأمريكية من معلومات مغلوطة وتصورات خاطئة عن الإسلام والمسلمين.

(3) دراسة مضمون التدفق الإعلامي الأمريكي والغربي الموجه إلى الدول الإسلامية والعربية، ومحاولة إيجاد سبل كفيلة باستخلاص نتائج الأهداف التي من أجلها صمم الخطاب الغربي، ووضع الخطط التي تكون بمثابة الترياق المضاد لهذه الخطابات الضارة، ولتفادي تأثيرها على سكان الدول العربية والإسلامية.

(4) استثمار التوجه الأمريكي نحو تصحيح صورة الولايات المتحدة لدى العرب مقابل أن تصحح الولايات المتحدة الأمريكية الصورة النمطية للعرب والمسلمين في الإعلام الأمريكي¹.

(5) صياغة صورة نمطية بديلة عما هو موجود في وسائل الإعلام الأمريكي، ومكافحة محاولات تشويه صورة الإسلام والمسلمين بالإعلام الغربي.

(6) إعادة النظر في السياسات الإعلامية المتبعة في الدول الإسلامية والعربية لتأسيس رؤية واضحة حول صورة الآخر (أمريكا والغرب) بشكل علمي.

(7) العمل على تأسيس اتحاد إسلامي يجمع كافة الدول الإسلامية تحت مظلته على شاكلة الاتحاد الأوروبي، يبدأ بتوحيد السياسات الخارجية للدول الإسلامية في مواجهة الهجمة الإعلامية الغربية بالعموم والأمريكية على وجه الخصوص.

1. إستيرق فزاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق تحليل مضمون مجلة نيوزويك - النسخة العربية، مرجع

سابق، ص 166-167.

(8) تأسيس مراكز أبحاث في العالمين العربي والإسلامي على غخط مراكز الأبحاث الأمريكية المعروفة باسم "Think Tanks" - أي مراكز التفكير - لتعين مراكز اتخاذ القرار فيما يتعلق بالسياسات الخارجية.

(9) العمل على وضع وتنفيذ خطة محكمة لتصحيح المعلومات المغلوطة التي تحفل بها الموسوعات العلمية والمراجع الأساسية في الغرب عن الإسلام، وتنشيط جهود الدعوة الإسلامية في الغرب - بشرياً ومادياً - لتؤدي دورها المطلوب في توضيح مفاهيم الإسلام ومبادئه وتفنيد المغالطات التي تشوه صورة الدين الإسلامي في العقل الغربي¹.

(10) زيادة وعي المسلمين الأمريكيين بحقوقهم المدنية وخاصة فيما يتعلق بحقوقهم في ممارسة دينهم بمختلف المؤسسات العامة الأمريكية، والدفاع عن تلك الحقوق من خلال جهد منظم وعلمي.

(11) تشجيع المسلمين الأمريكيين على المشاركة في الحياة السياسية الأمريكية واستخدام حقوقهم المكفولة دستورياً، خاصة التصويت وحرية الرأي والتعبير وحرية التنظيم السياسي والترشح لتولي المناصب السياسية.

(12) العمل على التأثير على السياسة الخارجية الأمريكية لتطوير الموقف الأمريكي من قضايا المسلمين المهمة وعلى رأسها قضية فلسطين وقضية كشمير وقضايا الأقليات المسلمة المظلومة في بلدان كيوغسلافيا السابقة وروسيا، ليكون أكثر إيجابية وعدلاً في مواجهة هذه القضايا.

١. عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، مرجع سابق، ص 160.

الخاتمة

الخلاصة

يشهد العالم في الوقت الراهن تطورات متسارعة في ثورة الإعلام والمعلومات ووسائل التقنية الرقمية (Digital Technology) التي قدمت وتقدم مفاهيم جديدة للاتصال، تحتاج معها الدول الإسلامية إلى نظرية إعلامية جديدة تُعيد تأسيس رؤيتها وفق إستراتيجيات تأخذ في إعتبارها دورها الريادي بين الحضارات المختلفة فيما يتعلق بحقوق الإنسان (متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحراراً)¹، ومفاهيم الرؤية التأصيلية القائمة على "دولة المدينة" بإيجاءها المدنية ومنهجية "أنتم أعلم بأمور دنياكم"².

وقد نتج عن هذه التطورات إعلام جديد يستوعب في داخله وسائط التواصل الاجتماعي الحديثة، والتي بدأت تزاخم وسائل الإعلام التقليدية في الخبر، وتفوقه عليها بالفاعل، الأمر الذي يستدعي من الدول الإسلامية والعربية الاستفادة من هذا الإعلام الجديد ضمن نسق متكامل مع الإعلام التقليدي من أجل خطاب إعلامي مكافئ للخطاب الإعلامي الأمريكي الذي أسهم في قيادة نظام إعلامي قائم على التضليل Disinformation والتلاعب Manipulation. والهيمنة والقمع الخفي Violence Cachee، خاصة بعد التغيرات الظاهرة التي طرأت على منهجيته نحو غالبية الدول خاصة الدول الإسلامية عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، والتي رسمت بسببها الولايات المتحدة عهداً جديداً يعتمد سياسة القطب الواحد.

1. هذه المقولة ترجع إلى أمير المؤمنين الخليفة عمر بن الخطاب وهي مذكورة في كتاب "الولاية على البلدان"، ومفادها: أن عمرو بن العاص رضي الله عنه، عندما كان والياً على مصر في خلافة أمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضي الله عنه، اشترك ابنٌ لعمرو بن العاص مع غلام من الأقباط في سباق للخيل، فضرب ابن الأمير الغلام القبطي اعتماداً على سلطان أبيه، وأن الآخر لا يمكنه الانتقام منه؛ فقام والد الغلام القبطي المضروب بالسفر صحبة ابنه إلى المدينة المنورة، فلما أتى أمير المؤمنين عمر رضي الله عنه، بين له ما وقع، فكتب أمير المؤمنين إلى عمرو بن العاص أن يحضر إلى المدينة المنورة صحبة ابنه، فلما حضر الجميع عند أمير المؤمنين عمر، ناول عمر الغلام القبطي سوطاً وأمره أن يقتص لنفسه من ابن عمرو بن العاص، فضربه حتى رأى أنه قد استوفى حقه وشفا ما في نفسه. ثم قال له أمير المؤمنين: لو ضربت عمرو بن العاص ما منعتك؛ لأن الغلام إنما ضربك لسلطان أبيه، ثم التفت إلى عمرو بن العاص قائلاً: متى استعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحراراً؟.

2. حديث شريف، أخرجه مسلم عن أنس رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مر بقوم يلحقون النخل فقال: لو لم تفعلوا لصلح، قال: فخرج شيصاً "تمراً رديناً" فمر بهم فقال: ما لنخلكم؟ قالوا: قلت كذا وكذا.. قال: أنتم أعلم بأمور دنياكم. كما ذكره ابن خزيمة في صحيحه، وابن حبان في صحيحه وغيرهم بروايات مختلفة.

إن العديد من الدول الإسلامية والعربية في الوقت الراهن تواجهها عدة إشكالات ذات منحى سياسي واجتماعي وفكري وحقوقى، تجعلها هدفاً مشاعاً لوسائل الإعلام الأمريكية التي توازر تغطياتها الموقف السائد للحكومة الأمريكية في الأزمات المتعلقة بالسياسة الخارجية، والتي تتحرك على الدوام وفقاً لمؤشر المصالح وتوازناتها، وتستخدم مفاهيم الديمقراطية وحقوق الإنسان، والإصلاح السياسي والشفافية ومحاربة الفساد، في أحيان كثيرة كأرواق ضغط، الأمر الذي يتطلب من هذه الدول سد هذا الباب بإعادة النظر في هذه القضايا.

إن ما أثبتته الدراسة من أن الإعلام الأمريكي يقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين، وأكدت الدراسة الاستقصائية بموافقة 73.3% من أفراد العينة على أن "الصحافة الأمريكية تقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين"، يتطلب قراءة واعية لمحتوى وسائط الإتصال الأمريكية، وإعادة ترتيب ما يقدم من محتوى عبر وسائط الاتصال في الدول الإسلامية والعربية، إن كان مقدماً للرأي العام المحلي أو موجهاً للجمهور الأمريكي والغربي، كما أنه يُحتم على هذه الدول فتح أبواب للتواصل مع قادة الرأي وخبراء الإعلام الأمريكيين وتوضيح العديد من القضايا التي تسهم في تصحيح الصورة الذهنية السالبة عن الإسلام والمسلمين.

ويدفع هذا الأمر إلى أهمية تبني الباحثين المزيد من الدراسات والأبحاث فيما يتعلق بمحتوى الخطاب الإعلامي الإسلامي والعربي، وأهمية اهتمام الجهات المسؤولة بجهود الباحثين في هذا المجال، حتى يتم توفيق أوضاع هذا الخطاب بما يتماشى والتطورات الراهنة في علوم الاتصال ونظرياته، ومآلات السياسة والعلاقات الدوليتين.

إن واحدة من الإشكالات التي تواجه العالم الإسلامي والعربي الإرباك الحاصل بين صورتين ذهنتين، أولاهما سلبية ومنمطة لدى الرأي العام الأمريكي والغربي، والأخرى غالباً إيجابية لدى الرأي العام في الدول الإسلامية والعربية، أو هي سلبية لدى مجموعات تنتهج العنف، مما يدفعها لاستهداف مصالح أمريكية في المنطقة، الأمر الذي يجبر معه المزيد من الضغوط والتضييق على شعوب إسلامية وعربية، أو حروباً وتدخلات تحت مسميات

مختلفة، تحت عنوان رئيس وهو "مكافحة الإرهاب"، وربما يقع جزء كبير من المسؤولية في ذلك على السلطات الحكومية في هذه الدول وسياساتها. ويتطلب ذلك تفعيل وإنشاء أو الإتفاق مع شركات للعلاقات العامة تعمل على تصحيح هذه الصورة الذهنية، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية. لقد دلت هذه الدراسة على أن الخطاب الإعلامي الأمريكي متحامل على الدول الإسلامية، في ظل نظام إعلامي عالمي تهيمن خلاله الولايات المتحدة على مجتمع المعلومات، الأمر الذي يؤكد أهمية مراجعة طبيعة الأداء الإعلامي عربياً وإسلامياً فيما يتعلق بالقضايا الحيوية والمصيرية، وإعادة النظر في الرقابة الممارسة على الرسالة الإعلامية من أجل مجتمع إعلامي منفتح يعتمد على المهنية والدقة والمصادقية والموضوعية.

مصادر الدراسة ومراجعتها

مصادر الدراسة ومراجعها

Sources and References Study

القرآن الكريم

كتب التفسير:

1. الحافظ أبي الفداء إسماعيل ابن عمر ابن كثير، تحقيق سامي بن محمد السلامة، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط. ثانية 1999، المجلد السابع.
2. محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، الجزء الأول والجزء الثالث، دار الصابوني للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، طبعة أولى، 1417 هـ - 1997م.

المعاجم:

1. إبراهيم فتحي، معجم المصطلحات الأدبية، ط. أولى، المؤسسة العربية للناشرين المتحددين، بيروت، 1986م.
2. إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق مجمع اللغة العربية، القاهرة، الناشر مكتبه الشروق الدولي، الطبعة الرابعة، 2004م.
3. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة: دار الكتاب المصري، ١٩٨٥.
4. رمزي البعلبكي، معجم المصطلحات اللغوية، (مادة خطاب)، ط. أولى، دار العلم للملايين، بيروت، 1990م.
5. لويس معلوف، المنجد في اللغة والأعلام، معاجم دار المشرق، المطبعة الكاثولوكية، بيروت، ط. العشرون، 1960م.
6. محمد أبو بكر الرازي، مختار الصحاح، دار النهضة للطباعة والنشر، بغداد، 1983م.
7. محمد علي الخولي، معجم علم اللغة النظري، ط. أولى، مكتبة لبنان، بيروت، 1982م.
8. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م.
9. منير بعلبكي، المورد، بيروت: دار العلم للملايين، ١٩٨٦.

الكتب العربية:

(أ) الكتب:

1. أحمد بدر، مناهج البحث في الإتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998م.
2. إدريس حمادي، الخطاب الشرعي وطرق استثماره، ط. أولى، المركز، بيروت، 1994م.
3. إسماعيل علي سعد، الإتصال والرأي العام - مبحث في القوة والأيدولوجيا، دار المعرفة الجامعية، بدون تاريخ.
4. الطيب حاج عطية، في السياسة الإعلامية إطار نظري، (السياسات الإعلامية في السودان)، مركز الدراسات الإستراتيجية، سلسلة أوراق إستراتيجية (6)، دار جامعة القرآن للطباعة، ط. أولى، 1420 هـ، 1999م.

5. أمين هويدي، التحولات الإستراتيجية الخطيرة - البيروسترويكيا وحرب الخليج الأولى، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الأولى، 1997م.
6. هجت قرني، وآخرون، صناعة الكراهية في العلاقات العربية - الأمريكية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، نوفمبر 2003.
7. جيهان أحمد رشدي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.
8. حسن عماد مكاي ود. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط. السادسة فبراير 2006م.
9. حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الثالثة، مارس 2003م.
10. حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، يناير 2005م.
11. حميد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام، دار الشروق للنشر والتوزيع، مطابع الأرز، عمان - الأردن، ط. أولى، 1998م.
12. سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، دار الجامعات للنشر، 1994م.
13. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة.
14. سوسن سالم الشيخ، إدارة ومعالجة الأزمات في الإسلام، دار النشر للجامعات، مصر، الطبعة الأولى، 2003م.
15. سيد أبوزيد عمر، الإذاعات الدول الموجهة، مكتب شؤون الإعلام لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان، الإمارات العربية المتحدة، أبريل 2005.
16. صباح ياسين، الإعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط. أولى، أبريل 2006م.
17. عباس رشدي العماري، إدارة الأزمات في عالم متغير، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، الطبعة الأولى، 1993م.
18. عبد الباسط عبد المعطي، البحث الاجتماعي (محاولة نحو رؤية نقدية لمنهج وأبعاده)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
19. عبد العزيز بن عثمان التويجري، الخطاب الإسلامي بين الأصالة والمعاصرة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة "إيسيسكو"، 1424هـ، 2003م.
20. عبد العزيز الغنم، مدخل إلى عالم الصحافة، مكتبة الانجلو مصرية، ١٩٧٧.
21. عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، الطبعة الثانية 1993م.
22. عبد الله زلطة، الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط. أولى، 2001م.
23. علي محمد شمو، الاتصال الدولي وتكنولوجيا الاتصال الحديث، دار القومية العربية للثقافة والنشر، بدون تاريخ.

24. علي محمد شمو، الإتصال الأساسيات والمهارات، مطبعة سولو، الخرطوم، الطبعة الأولى، فبراير 2006م، جامعة السودان المفتوحة.
25. عواطف عبد الرحمن، نادية سالم، ليلي عبد الحميد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
26. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة (78)، الكويت، 1984م.
27. فواز جرجس، السياسة الأمريكية تجاه العرب كيف تصنع؟ ومن يصنعها؟، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثانية أكتوبر 2000.
28. كمال حماد، النزاعات الدولية: دراسة قانونية دولية في علم النزاعات، بيروت، الطبعة الأولى 1998.
29. محمد البخاري، تطور الدراسات الإعلامية وتحليل المضمون الإعلامي، طشقند، 2010.
30. محمد جاسم فلحي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
31. محمد رشاد الحملاني، إدارة الأزمات - تجارب محلية وعالمية، دار أبو المجد، القاهرة، 1993م.
32. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط: أولى 1993م.
33. محمد الدعيمي، الاستشراق الاستجابة الثقافية الغربية للتاريخ العربي الإسلامي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، فبراير 2006.
34. محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مطبعة المدني، القاهرة، الناشر مكتبة الخانجي ودار الرفاعي، ط. ثانية، 1984م.
35. مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة (94)، الكويت، 1985م.
36. يوسف ثمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الطبعة الأولى الجزائر 2007، طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

2. الكتب المترجمة:

1. إدوارد سعيد، تغطية الإسلام، ترجمة محمد عناني، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2005م.
2. أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة د. نصر الدين لعياضي، د. الصادق رايح، مركز دراسات الوحدة العربية، ط. ثالثة 2005م.
3. ألبرت. ل. هيستر - واي لان. ج. تو، دليل الصحافي المحترف في العالم الثالث، ت/ كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، ط. أولى، 1992م.
4. بوب وودوارد، حرب بوش، عرض وتحليل حسين عبد الواحد، الناشر مدبولي الصغير، عربية للطباعة والنشر، القاهرة، 2003م.
5. بونداريفيسكي، الغرب ضد العالم الإسلامي، من الحملات الصليبية حتى أيامنا، ترجمة الياس شاهين، دار التقدم، موسكو، 1985م.
6. بيتر يونج وبيتر جيسر، الإعلام والمؤسسة العسكرية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث العسكرية، دراسات مترجمة 16، أبوظبي، الطبعة الأولى، 2003م.

7. بيتر آرنيت، الإعلام وحرب الخليج: رواية شاهد عيان، سلسلة محاضرات الإمارات (9)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الطبعة الأولى، 1997م.
8. جانيس ج. تيري، ت/ حسان البستاني، السياسة الخارجية الأمريكية في الشرق الأوسط - دور جماعات الضغط والمجموعات ذات الاهتمامات الخاصة، الدار العربية للعلوم، بيروت، ط.أولى، 2006.
9. جانيس تيري، وآخرون، الوطن العربي في السياسة الأمريكية، سلسلة كتب المستقبل العربي (22)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، نوفمبر 2002م.
10. جون لوك، الحكومة المدنية، ترجمة محمود شوقي الكيال، مطابع شركة الإعلانات الشرقية، مصر.
11. دنيس ماكويل، الإتصال وتأثيراته، ترجمة عثمان محمد العربي، مطابع دار طبية، الرياض، ط.أولى 1992.
12. دنيس ماكسويل، نظريات الإعلام، ترجمة عثمان محمد العربي، مطابع دار طبية، الرياض، ط.أولى 1992.
13. ديفيد جوميرت، الحرية والقوة في عصر المعلومات، دراسات عالمية - الدور المتغير للمعلومات في الحرب، تحرير زلمي خليل زاد وجون وايت، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، العدد 53، طبعة أولى، 2004م.
14. ريتشارد بن وآخرون، تحليل مضمون الإعلام، ت/ د. محمد ناجي الجوهر، أريد - قدسية للنشر، ط. أولى 1992م.
15. زبغنيو بريجنسكي، رقعة الشطرنج الكبرى - السيطرة الأمريكية وما يترتب عليها جيواستراتيجياً، ترجمة وطباعة مركز الدراسات العسكرية، لبنان، 1999م.
16. زلمي خليل زاد وجون وايت، الدور المتغير للمعلومات في الحرب، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، العدد 53، طبعة أولى، 2004م.
17. سرج حليمي، وآخرون، نظام التضييق العالمي، ترجمة غازي أبو عقل، سلسلة القسم الفكرية، دار المستقبل، دمشق، الطبعة الأولى 1994م.
18. فرانك كليش، ثورة الإنفوميديا-الوسائط المعلوماتية وكيف تُغيّر عالمنا وحياتنا؟، ترجمة حسام الدين زكريا، عالم المعرفة 253، الكويت، 2000م.
19. فيليب تايلور، قصص العقول، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة (256)، أبريل 2000م.
20. كين بوث وتيم ديون، عوالم متصادمة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، دراسات مترجمة (22)، الطبعة الأولى، 2005م.
21. ل. جون مارتين- أنجو جروفر شودري، نظم الإعلام المقارن، ترجمة علي درويش، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، طبعة أولى 1991م.
22. مارك توماس، أخبرني أكاذيب - الدعاية والتضييق الإعلامي في الحرب على العراق، إعداد ديفيد ميلر وآخرين، ترجمة إبراهيم العريس، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، أدوكارت (الشرق الأوسط)، الطبعة الأولى، أبريل 2007م.
23. ملفن. دي فلورس. بال. روكاخ، في نظريات الإعلام، ترجمة محمد ناجي الجوهر، دار الأمل للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة أولى، 1994م.

24. ميخائيل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، ترجمة عطا عبد الوهاب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، الطبعة الثانية، أغسطس 2000م.
25. نعوم تشومسكي، ماذا يُريد العم سام؟، ترجمة عادل المعلم، دار الشروق، القاهرة-بيروت، الطبعة الأولى، 1998م.
26. هيربرت شيللر، الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة د. وجيه سمعان عبدالمسيح، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1993م.
27. هيربرت. أ. شيللر، المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة، الإصدار الثاني (342)، مطابع الوطن، الكويت، مارس 1999م.

الرسائل الجامعية والأكاديمية:

1. إستيرق فؤاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق تحليل مضمون مجلة نيوزويك - النسخة العربية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، 2009.
2. رحال سمير، حماية الأموال والممتلكات أثناء النزاعات الدولية المسلحة في ظل أحكام القانون الدولي الإنساني، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة سعد دحلب بالبليدة، كلية العلوم القانونية والإدارية، قسم القانون العام، مارس 2006م.
3. سامي مسلم، صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه (8)، بيروت، الطبعة الثانية، 1986.
4. عبد الله إبراهيم الطاهر، دور الإعلام الحكومي في تكوين الرأي العام، دراسة حالة لصحيفة الأنباء 1999م-2000م، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2002م.
5. لمياء نور المدينة، الخطاب الإعلامي للثورة المهدية، دراسة تحليلية لرسائل المهدي والخليفة عبد الله، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، غير منشورة، 2001م.
6. معتصم بابكر مصطفى، الإذاعات الدولية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 1999م.

الأوراق العلمية:

1. إبرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي - دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونية، ورقة قدمت بالملتقى الدولي الخامس "السيمياء والنص الأدبي"، جامعة محمد خيضر بسكرة في الجزائر 15-17 نوفمبر 2008.
2. أحمد مطهر عقبات، دور الإعلام والهيئات الإسلامية في معالجة الإساءة وآلياته، ورقة قدمت في مؤتمر "الإعلام المعاصر بين حرية التعبير والإساءة إلى الدين" الذي عقد في اليمن 8 فبراير 2009م.
3. إسماعيل محمد، النزاعات في العالم الإسلامي.. ضحاياها 600 ألف حتى الآن، دراسة، الجزيرة نت، الأحد 3 أكتوبر 2004م.
4. السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 18، يناير 2004.

5. سلافة فاروق الزغي، فلسفة الإعلام الأمريكي والشبكات الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (8)، مارس 2010.

6. شامل رضوان، الإعلام وسايكولوجية الخطاب السياسي - البحث عن التبرير، دراسة، مجلة النبأ، العدد 59، ربيع الثاني 1422هـ، يوليو 2001م.

7. عادل فتحي ثابت، أثر المعلومات على إدارة الأزمات السياسية، مع التطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة ديسمبر ٢٠٠٨م، بحث مقدم لمؤتمر مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: استطلاعات الرأي العام في عالم متغير، القاهرة، 8-10 نوفمبر 2009م.

8. محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية - دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول+الثاني 2011

9. منير محمود بدوى، مفهوم الصراع: دراسة في الأصول النظرية للأسباب والأنواع، مجلة دراسات مستقبلية، العدد الثالث يوليو 1997م، مركز دراسات المستقبل - جامعة أسيوط - مصر.

10. نورة خالد السعد، صورة المرأة المسلمة في الإعلام الغربي - رؤية تحليلية، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز "الآداب والعلوم الإنسانية"، م 16 ع 2، 2008.

شبكة الإنترنت:

1. إبراهيم علوش، الحرب الثقافية: مفهوم ماركسي الجذور يلام الإسلاميون والقوميون على تبنيه، مقال، شبكة البصرة، الثلاثاء 23 فبراير 2010م، <http://www.albasrah.net>.

2. أبو طه المقداد، التضليل الإعلامي سياسة شيطانية للتأثير على الرأي العام، مقال، <http://www.almahdara.com>.

3. إياس الهاجري، الحرب المعلوماتية، مقال، صحيفة الرياض يناير 2002، <http://www.alriyadh.com>.

4. باسل النوب، حرب غزة والتغطية الإعلامية، مقال، مجلة البيان، العدد 258، فبراير 2009، <http://www.albayan-magazine.com/bayan-258/bayan-25.htm>.

5. تيسير خروب، هيمنة الإمبراطورية الأمريكية على العالم، مقال، شبكة الحوار المتمدن، العدد (1238)، 2005/6/24م.

6. تيم رويتر، من يخيف الأمريكيين؟، مقال، ورد المقال مترجماً بموقع الاتجاه الآخر http://www.alitijahalakhar.com/archive/118/the_opinion118.htm#amr.

7. صحيفة واشنطن بوست، تقرير، الجزيرة نت، <http://www.aljazeera.net/news/pages/f8820b5d-9f01-4e31-aaa7-26eb37ed1690>.

8. حسام شاكر، قناة الحرة الأمريكية... الإعلام في خدمة الحرب، مقال، موقع إسلام أون لاين، 17 فبراير 2004، www.islamonline.net.

9. حسام عبد الحميد، "سوا".. السياسة الأمريكية على أنغام البوب، مقال، موقع "إسلام أون لاين"، الأحد 29 ديسمبر 2002، www.islamonline.net.

10. خليل إبراهيم الفزيع، التبعية تحييد للعقل، مقال، مدونة فضاء الكلمة، 27 مايو 2005م، <http://alosami.3abber.com>.
11. سالم أحمد، حول مفهوم النزاع ... تحليل أسبابه ومراحل، صحيفة طريق الشعب، العدد (141) السنة (73)، الخميس 13 مارس 2008م، <http://tareekalshaab.iraqicp.de>.
12. دوغلاس أ. بويد، إذاعة الشرق الأدنى/ صوت بريطانيا، مقال، حوليات القدس، العدد الخامس، 2007، <http://www.palestine-studies.org/sites/default/files/hq-articles/9784.pdf>.
13. سامي سهمود، العرب السيئون: مئة عام من "تشويه هوليوود"، مقال، موقع بي بي سي، http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/news/newsid_6426000/6426571.stm.
14. عاصم السيد، الإعلام الأمريكي الموجه وتكريس الهيمنة، مقال، القاهرة، <http://www.islamtoday.net>.
15. عائض مرزوق الحربي، الإعلام الأمريكي والهيمنة الدولية قناة الحرة أمثودجاً، مقال، مجلة المعرفة، العدد (128)، مايو 2009، www.almarefh.net.
16. عيسى أبوقانون، "العرب الأشرار" يكشف أساليب هوليوود في تشويه صورة العرب، مقال، موقع الجزيرة.نت، <http://www.aljazeera.net/news/pages/6cdec9c1-d8ec-42e1-a3c8-ff5bccf4bbfb>.
17. فوزي هادي الهنداوي، أثر الخطاب الإعلامي في القيم الاجتماعية، مقال، جريدة الصباح، العدد (17)، يونيو 2006، [http://www.siironline.org/alabwab/solta4\(17\)/128.htm](http://www.siironline.org/alabwab/solta4(17)/128.htm).
18. كاظم محمد، الإعلام الغربي وحروب الإبادة، مقال، القدس العربي، العدد 6135، 25 فبراير 2009، www.alquds.co.uk/.
19. كمال حماد، النمط الإستراتيجي الأمريكي في إدارة الأزمات الدولية، مجلة الدفاع الوطني اللبنانية، العدد 43، يناير 2003، <http://www.lebarmy.gov.lb/ar/news/?1614#.VSzZ9dyUfp0>.
20. كيم أندرو إليوت، الإعلام الأمريكي الموجه بين الدعاية السياسية وغياب المصداقية، مقال، الاتحاد الإماراتية - ينشر بترتيب خاص مع خدمة "نيويورك تايمز"، نقلاً عن: موقع مركز الهدى للثقافة والإعلام الرابط: <http://www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/035.html>.
21. مارك جلين، التاريخ المزيف، مقال موقع أون لاين جورنال، ترجمة وتقديم فيروز مصطفى، موقع إسلام أون لاين www.Islamonline.com.
22. محمد عياش، دور وسائل الاتصال في تأجيج صراع الحضارات، مقال، مجلة التسامح، العدد (3)، سلطنة عمان، <http://www.altasamoh.net/Article.asp?Id=56>.
23. محمد شومان، الخطاب الإعلامي: غموض المفهوم واختلاف أدوات التحليل، دراسة منشورة بموقع الهدى للثقافة والإعلام، www.siironline.org/alabwab/alhoda-culture/031.html.
24. مصطفى عاشور، مؤتمر باندونج.. بداية عدم الانحياز، مقال، موقع إسلام أون لاين، 12 نوفمبر 2001م.
24. همام عبدالمعبود، قناة الحرة في عيون الخبراء، مقال، موقع المسلم، 20 فبراير 2004، <http://www.almoslim.net/node/85335>.

مراجع ومصادر أجنبية:

- 1 .Abbas Malek, New York Times' Editorial Position and The U.S. Foreign Policy: The Case of Iran, Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, (39th, San Francisco, CA, May 25-29, 1989.)
- 2 .Alhurra, sourcewatch, 17 December 2008, <http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Alhurra>.
3. The American Heritage Dictionary of English Language, Houghton Mifflin Company, 4th edition September 14, 2000,
4. An Evaluation of Alhurra Television Programing" "USC Center on Public Diplomacy," July 31 ,2008.
5. 2009.(Annual Arab Public Opinion Survey (PDF), Anwar Sadat Chair for Peace and Development, University of Maryland with Zogby International (accessed 2011-09-17).
- 6 .Bernard Berelson, Content Analysis in Communication Research, Foundation of Communication Research (Glencoe, IL: Free Press, 1952).
7. Borden, A. (1999). What is information warfare? , Aerospace Power Chronicles, United States Air Force, Air University, Maxwell AFB . URL: <http://www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/cc/borden.html> (Accessed 17th August, 2005).
8. Carl Bernstein and Bob Woodward, All The President's Men, Publisher Simon & Schuster, 1974.
9. Chambers Twentieth Century Dictionary, Edinburgh chambers 1978.
10. Craig Whitlock, Hearts and Minds: A Broadcast Flop - U.S. Network Falts in Mideast Mission, article, Washington Post, Monday, June 23, 2008.
11. Dafna Linzer, Lost in Translation: Alhurra—America's Troubled Effort to Win Middle East Hearts and Minds, article, ProPublica, June 22, 2008.
12. David Ray Griffin, Was America Attacked by Muslims on 9/11?, OpEdNews.com, 2008.
13. Don Fallis, A Conceptual Analysis of Disinformation, paper, iConference February 8-11, 2009 at the University of North Carolina-Chapel Hill.
14. Edward S. Herman, "The Media's Role in U.S Foreign Policy", Journal of International Affairs, vol. 47, no. 1 (Summer 1993).
15. Francois Nel (2005). Writing for the Media in Southern Africa. Oxford University Press.
16. Gove , ph & othesr (1981) Webster Third New International Dictionary . Massachusetts : Merriam Webster Inc .
- 17 .Guy Starkey & Andrew Crisell, Radio Journalism, SAGE Publications Ltd, 2009.
18. Harold Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society", in Lyman Bryson (1948) (ed.) The Communication of Ideas. New york: The Institute for Religious and Social Studies.

19. H. Schuyler Foster, Jr., *The Official Propaganda of Great Britain*, Public Opinion, Quarterly, April 1939.
20. Irving Fang, *A History of Mass Communication, Six Information Revolutions*, Focal Press, United States of America, 1997.
21. James Brooke, "Attacks on U.S. Muslims Surge Even as Their Faith Takes Hold", *New York Times*, 28/8/1995.
22. JAMES H. FETZER, *Disinformation: The Use of False Information*, Minds and Machines Magazine, 14: 231–240, 2004, Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.
23. James Watson & Anne Hill, *A Dictionary of Communication & Media Studies*, London, Edward Arnold 1984.
24. Jeremy M. Sharp, *The Middle East Television Network: An Overview*, CRS Report for Congress, February 9, 2005.
25. John Milton, *Areopagiticia*, A speech for the liberty of unlicensed printing in the Parliament of England, 1644, Published by MesaView Inc. Nashua, NH.
26. Justin D. Martin, *Hearts, Minds, and the Satellite Dish*, article, *Columbia Journalism Review*, February 4, 2010.
27. L. Brumley, C. Kopp and K. Korb, *The Orientation step of the OODA loop and Information Warfare*, Paper, 7th Australian Information Warfare and Security Conference, Published by School of Computer and Information Science Edith Cowan University Perth, Western Australia, Edited by Dr. Craig Valli and Dr. Andrew Woodward, Copyright 2006.
28. Lennon Hopkins, *Information Superiority: A Popular Misnomer*, Paper, 7th Australian Information Warfare and Security Conference, Published by School of Computer and Information Science Edith Cowan University Perth, Western Australia, Edited by Dr. Craig Valli and Dr. Andrew Woodward, Copyright 2006.
29. Matt Carlson, *on the condition of anonymity*, Published by: University of Illinois Press, 2011.
30. *Many Voices One World*, Report by the international commission for the study of communication problems, unisco, united nation, anchor press ltd, 1981,
31. Muslim true/false, JOHN L. ESPOSITO AND DALIA MOGAHED, *Los Angeles Times*, 2/4/2008.
32. *New York Times*, *The Times and Iraq*, Article, May 26, 2004, Archives, http://www.nytimes.com/2004/05/26/international/middleeast/26FTE_NOTE.html
33. Reto E. Haeni, *Information Warfare an introduction*, Washington DC, January 1997 .<http://www.trinity.edu/rjensen/infowar.pdf>
34. Richard N. Hass, *Think Tanks and U.S Foreign Policy: A policy-maker's Persepective*, Article, *U.S Foreign Policy Agenda*, Magazine, volume 7, Number 3, November 2002.
35. Seymour Martin Lipset, "Carter vs. Israel: What the Polls Reveal", vol. 64, no. 5 (November 1977), p. 22, and Michael W. Suleiman, "An Evaluation of

Middle East News Coverage in Seven American News Magazines, July – December 1956", (M.A. Thesis, University of Wisconsin, Madison, 1961.)

36. Silent Weapons for a Quiet War, Document, An Introductory Programming Manual, Operations Research, Technical Manual, <http://www.theforbiddenknowledge.com/hardtruth/silentweaponsforquietwars.htm>

37. Sydney W. Head, Broadcasting in America: A Survey for Television and Radio, Third Edition, Boston, Houghton Mifflin Company, 1976.

38. Sylvain Timsit, "Top 10 Media Manipulation Strategies. Paris. September 21, 2010. Article: <http://www.syti.net/Manipulations.html>

39. Theories of Communication, Copyright Virtual University of Pakistan.

40. Timashiff, Nicholous, Sociological Theory, Its Nature and Growth, Random House, New York, 1976.

41. The Washington Post Company, History, <http://www.washpostco.com/phoenix.zhtml?c=62487&p=irol-history1875>.

42. The Washington Post, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Washington_Post.

43. W. Hutchinson, Information terrorism: networked influence, Paper, 7th Australian Information Warfare and Security Conference, Published by School of Computer and Information Science Edith Cowan University Perth, Western Australia, Edited by Dr. Craig Valli and Dr. Andrew Woodward, Copyright 2006.

44. Wilbur Schramm, How Communication Works, Mass media & society, By Alan Wells, Ernest A. Hakanen, (Ablex, 1997).

45. Walter Lipman, Public Opinion, New York: Macmillanco., 1922.

46. Webster's New World Dictionary of Media & Communication, N.y, Webster new world, 1990.

47. Webster's New Collegiate Dictionary, Spring Field, mass: G& Cimmerian co, 1977.

لقاءات تلفزيونية:

1. ناصر قنديل، رئيس مركز الشرق الجديد للدراسات والإعلام، برنامج "الاتجاه المعاكس" حلقة حول "الفوضى الخلاقة والمشروع الأمريكي، قناة الجزيرة، 3 يوليو 2007.

الملاحق

Supplements

جامعة أم درمان الإسلامية

كلية الدراسات العليا

كلية الإعلام

قسم الصحافة والنشر

إستمارة إستقصاء Survey لبحث بعنوان:

اتجاهات الخطاب الإعلامي الأمريكي نحو العالم الإسلامي

**Trends of the American Media Discourse
Toward the Islamic World**

دراسة تطبيقية على إفتتاحيات صحفيي "واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز"
في الفترة من سبتمبر 2001م حتى سبتمبر 2003م (قضية 11 سبتمبر أمودجا)

بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة في الإعلام تخصص صحافة ونشر

إعداد الطالب عبد الله إبراهيم الطاهر

إشراف البروفيسور علي محمد شو

1436هـ-2015م

بسم الله الرحمن الرحيم

(أ) مقدمة:

يُقيم هذا البحث بشكل وصفي ونوعي، محتوى الافتتاحيات المتعلقة بالعالم الإسلامي في صحيفتين أمريكيتين هما "نيويورك تايمز" (New York Times) و"واشنطن بوست" (Washington Post)، خلال الفترة من سبتمبر 2001م حتى سبتمبر 2003م، وبشكل محدد يحاول الباحث في هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالكيفية التي عالجتها الافتتاحيات هذه الصحف القضايا المتعلقة بالعالم الإسلامي، وربطها بأحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001م.

والباحث إذ يفتن في استجاباتكم الكريمة بالإجابة العلمية الوافية على الأسئلة الواردة في هذه الإستمارة يؤكد لكم حرصه الشديد على سرية هذه البيانات بحيث لا تُستخدم إلا في هذا البحث.

(ب) موجّهات عامة:

✓ رجاء ملأ البيانات الشخصية أدناه.

✓ بيانات هذه الدراسة سرية ولن تستخدم لغير أغراض البحث العلمي.

✓ رجاء ضع علامة () أمام الإجابة التي تتجانس مع رأيك أو أذكر إجابة منك في المكان المحدد لذلك.

(ج) بيانات شخصية:

✗ الاسم: (إختياري)

✗ العمر:

() 29-20 () 39-30

() 49-40 () 59-50 () 60 فأكثر.

✗ النوع:

() ذكر () أنثى.

✗ المستوى التعليمي:

() فوق الجامعي () جامعي

() ثانوي () دون الثانوي.

✗ المهنة:

✗ مكان العمل:

1. هل تتابع ما تكتبه الصحافة الأمريكية؟

() باستمرار () أحياناً () نادراً () لا أتابعها.

2. إذا كنت تتابع الصحافة الأمريكية، فأني من الصحيفتين تقرأ؟

() واشنطن بوست () نيويورك تايمز

3. إذا كنت لا تتابع ما تكتبه الصحافة الأمريكية فما هو السبب؟

() لأنها لا تقول الحقيقة حول قضايا العالم الإسلامي والعربي.

() لأنها تقدم وجهة نظر واحدة.

() تحفل بالعديد من المعلومات المغلوطة
() أخرى أذكرها:

4. الصحافة الأمريكية تشوه صورة الإسلام والمسلمين؟

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.

() لا أوافق. () لا أعرف.

5. هل تعتقد أن الصحافة الأمريكية كانت متحيزة في تغطية أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001؟

() نعم. () لا. () لا أعرف.

6. الصحافة الأمريكية تفتقد للمصداقية حينما تتناول أحداثاً أو قضايا تخص المسلمين والإسلام.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.

() لا أوافق. () لا أعرف.

7. الصحافة الأمريكية تمارس التضليل الإعلامي كجزء من إستراتيجية علاقات الإدارة الأمريكية مع الدول الأخرى

خاصة الإسلامية والعربية.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.

() لا أوافق. () لا أعرف.

8. هناك صورة ذهنية مغلوطة لدى الرأي العام الأمريكي عن الإسلام والمسلمين.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.

() لا أوافق. () لا أعرف.

9. استمرار الصورة الذهنية المغلوطة عن الإسلام والمسلمين ناتج عن:

() تقاعس الدول الإسلامية والعربية في إنشاء وسائل إعلام موجهة للدول الغربية تقدم صورة إيجابية بديلة.

() الصحافة الأمريكية عززت تلك الصورة خاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001.

() إدارة الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش دفعت لاستمرار تلك الصورة لتحميل المسلمين وزر أحداث 11

سبتمبر 2001.

() كل الأسباب أعلاه.

() أخرى أذكرها:

10. الصحافة الأمريكية تُساند وتبرر السياسة الأمريكية ضد العرب والمسلمين وبعض رموزهم من خلال ربط

صورهم بممارسات وسلوكيات يتم نعتها بالإرهابية.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.

() لا أوافق. () لا أعرف.

11. تغطية الصحافة الأمريكية للحرب ضد العراق وأفغانستان قدمت نموذجاً للتضليل الإعلامي.

- () أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
- () لا أوافق. () لا أعرف.
12. تغطية الصحافة الأمريكية توازن الموقف السائد للحكومة الأمريكية في الأزمات المتعلقة بالسياسة الخارجية لاسيما في حالة تناول الصراعات بين الولايات المتحدة وغيرها من الدول.
- () أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
- () لا أوافق. () لا أعرف.
13. الصحافة الأمريكية تقدم توصيفات سلبية عن الإسلام والمسلمين.
- () أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
- () لا أوافق. () لا أعرف.
14. هل تعتقد أن التغطية الإخبارية السلبية للعالم الإسلامي من قبل الصحافة الأمريكية ساهمت في التأثير على تصورات الجمهور ومواقفهم حول المجتمعات الإسلامية؟
- () نعم. () لا. () إلى حد ما. () لا أعرف.
15. هل تعتقد أن الحرب العالمية على الإرهاب التي تقودها الولايات المتحدة الأمريكية ما هي إلا محاولة لاستهداف الإسلام والمسلمين؟
- () نعم. () لا. () إلى حد ما. () لا أعرف.
16. الخطاب الإعلامي الأمريكي فشل في تشكيل رأي عام في العالم الإسلامي مساند لسياسات الإدارات الأمريكية المتعاقبة.
- () أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
- () لا أوافق. () لا أعرف.
17. من السبل التي يمكن إتباعها في العالم الإسلامي لمواجهة الخطاب الإعلامي الأمريكي؟
- () تأسيس اتحاد إسلامي يجمع كافة الدول الإسلامية تحت مظلة على شاكلة الاتحاد الأوروبي.
- () صياغة صورة نمطية بديلة عما هو موجود في وسائل الإعلام الأمريكي، ومكافحة محاولات تشويه صورة الإسلام والمسلمين بالإعلام الغربي.
- () تأسيس مراكز أبحاث في العالمين العربي والإسلامي على نمط مراكز الأبحاث الأمريكية المعروفة باسم "Think Tanks" - أي مراكز التفكير - لتعين مراكز اتخاذ القرار فيما يتعلق بالسياسات الخارجية.
- () تأسيس مؤسسات إعلامية (قنوات فضائية تلفزيونية وإذاعية وصحف) توجه للدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية بلغاتهم لتقدم الصورة الحقيقية للإسلام.
- () تعزيز التعاون الإعلامي بين الدول العربية والإسلامية من أجل صياغة خطاب إعلامي فاعل ومؤثر يمكن له مواجهة المد الدعائي الأمريكي.
- () كل ما ذكر أعلاه.
- () أخرى أذكرها:

.....
.....
.....
18. إن الممارسات الإعلامية الأمريكية تؤثر سلباً على الرأي العام في الدول الإسلامية، في مقابل صمت المجتمع الدولي.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
() لا أوافق. () لا أعرف.

19. السياسات الإعلامية للولايات المتحدة تجاه الدول الإسلامية والعربية تفاقم التوترات الداخلية والخصومات العرقية والمشاكل الاجتماعية القائمة، لخدمة المصالح الأمريكية، وتساعدها هذه الدول بخطط اقتصادية وسياسات أمنية، وانتهاكات للحقوق الأساسية للمواطنين.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
() لا أوافق. () لا أعرف.

20. فشلت الولايات المتحدة الأمريكية في تسويق سياساتها بمنطقة الشرق والعالم عبر تأسيس وسائل إعلام أمريكية في العالمين العربي والإسلامي ناطقة باللغة العربية، مثال قناة "الحرّة" إذاعة راديو "سوا".

() نعم. () لا. () إلى حد ما. () لا أعرف.

21. تربط الصحافة الأمريكية الإرهاب بالإسلام في حال وجود بعض المتطرفين الذين يشكلون نسبة ضئيلة بين عدد المسلمين في العالم الذي يفوق 1.62 مليار، فيما لا تربطه بأي ديانة أخرى رغم وجود حالات لمتطرفين أرثوذكس وكاثوليك وهندوس.

() أوافق بشدة. () أوافق. () أوافق إلى حد ما.
() لا أوافق. () لا أعرف.



سيرة ذاتية

البيانات الشخصية:

الإسم بالكامل: عبد الله إبراهيم الطاهر

تاريخ الميلاد: مواليد 1973/9/16م.

الجنسية: سوداني.

الحالة الاجتماعية: متزوج وأب لثلاثة بنات وولد.

العنوان: مملكة البحرين - الرفاع الشرقي 905 - طريق 969 - منزل 1769 (B).

هاتف محمول: 3900324000-973

بريد إلكتروني: abdoaid73@gmail.com

المؤهلات العلمية:

* ماجستير إعلام، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، حول دور الإعلام الحكومي في تكوين الرأي العام

دراسة تطبيقية على صحيفة "الأنباء"، السودان 2002م.

* بكالوريوس صحافة وعلاقات عامة، كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية 1998م.

التاريخ الوظيفي:

* محرر ديسك بصحيفة الوطن 1 أكتوبر 2010 - حتى الآن.

* محاضر متعاون بقسم الإعلام والسياحة والفنون بكلية الآداب جامعة البحرين منذ فبراير 2013 وحتى الآن.

* مدير تحرير صحيفة النبا البحرينية 2009 - 31 سبتمبر 2010.

* مساعد مدير التحرير ورئيس قسم الشؤون الدولية صحيفة (النبا) 2008م - 2009م.

* مدير تحرير مجلة "حضارة السودان" الصادرة عن النادي السوداني بمملكة البحرين يناير 2010م - حتى الآن.

* مراسل مجلة الخرطوم الجديدة السودانية بمملكة البحرين 2007م - حتى الآن.

* سكرتير تحرير صحيفة التجارية البحرينية (أسبوعية اقتصادية) 2007م - 2008م.

* مدير تحرير صحيفة العهد الأسبوعية - مملكة البحرين فبراير - أكتوبر 2007م.

* مدير تحرير مجلة (الشاهدة) الإسلامية السودان 2006م - 2007م.

* مدير تحرير مجلة الخرطوم الجديدة وسكرتير مجلس إدارتها 2003م - 2006م.

* مؤسس ومدير تحرير مجلة سمسة للأطفال 2004م - 2005م.

* مدير الإعلام والعلاقات العامة، مجلس الدعوة والحج والعمرة، ولاية الخرطوم 2003م.

* المدير التنفيذي للمركز السوداني للدراسات والخدمات الإعلامية 2000م - 2001م.

* معد برامج هيئة إذاعة وتلفزيون الخرطوم 1999م - 2001م.

* محرر بقسم الشؤون الدولية صحيفة (الأنباء) السودانية، والمركز الوطني للمعلومات والترجمة (التابع للصحيفة)

1997م - 1998م.

* محرر بصحيفة السودان الحديث 1995م - 1996م.

* محاضر متعاون بجامعة أم درمان الإسلامية، وادي النيل، الإمام المهدي في السودان في الفترة 2002م - 2004م، حيث قمت بتدريس مواد: مدخل لوسائل الإعلام، تاريخ الصحافة، التحرير الصحفي، الرأي العام والدعاية، نظريات الإتصال الحديث.

* راسل عدداً من المجلات العربية من الخرطوم منها مجلة Forbes العربية الصادرة من دبي، ومجلة الشروق الإماراتية.

* عمل متعاوناً مع عدد من المجلات والصحف الصادرة في الخرطوم منها مجلة (بلادتي)، ومجلة (المتحف الحربي)، وصحيفة (نون).

دورات تدريبية:

* تلقى العديد من الدورات التدريبية المتقدمة في عدد من المجالات المتعلقة بوسائل الإعلام منها الصحافة الإلكترونية في كل من السودان ومملكة البحرين عبر مجموعة MBC للإعلام بدي وأكاديمية السودان لعلوم الاتصال، والاتفاقية الدولية لحقوق الطفل عبر منظمة الأمم المتحدة للأطفال (اليونيسيف)، وتغطية الشؤون العسكرية والأمنية في الصحافة، والتغطية الإعلامية للانتخابات عبر معهد البحرين للتنمية السياسية، كما تلقى دورة تدريبية بمجلة الشروق الصادرة عن دار الخليج للصحافة والنشر بإمارة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة.

عضوية:

* عضو بعدد من منظمات المجتمع المدني وعدداً من الجمعيات والاتحادات المهنية منها إتحاد الصحفيين السودانيين، جمعية الصحفيين البحرينية، نادي المراسلين بمملكة البحرين.

* وكان سابقاً عضواً جمعية إعلاميون من أجل الأطفال، منظمة بيت الصحافة، السودان، رابطة إسلامية المعرفة، ولجنة توثيق تاريخ الصحافة السودانية بالجلس القومي للصحافة والمطبوعات، وهيئة تحرير مجلة (التنوير) الصادرة عن مركز التنوير المعرفي بالخرطوم، وعضو مؤسس ومسؤول الإعلام والعلاقات العامة بمنظمة عون للتنمية الإنسانية مايو 2005م، وعضو المجلس الاستشاري الإعلامي للسيد وزير الشؤون الاجتماعية والثقافية بولاية الخرطوم.

كتب وأوراق علمية:

* قدم عدداً من الأوراق العلمية في عدد من المؤتمرات والندوات المتعلقة بتاريخ الصحافة السودانية وصناعة المجلة في السودان وأسس الكتابة للمجلة.

* صدر له كتاب صحافة الأطفال في السودان، النشأة، التطور والمعوقات، ط.أولى 1999م.

* كما صدر له كتاب بيليوغرافيا الصحافة السودانية في قرن (1898م-1998م)، ط.أولى 2001م.