

المعالجة الإعلامية وإدارة الأزمات الدولية

- الفصل الخامس : البعد الإعلامى فى إدارة الأزمات الدولية
- الفصل السادس : الإعلام ومراحل إدارة الأزمات الدولية
- الفصل السابع : التكنيكات الإعلامية وإدارة الأزمات الدولية
- الفصل الثامن : القضايا المثارة حول دور الإعلام أثناء الأزمات الدولية

الفصل الخامس

البعد الإعلامى فى إدارة الأزمات الدولية

" احملوا السلاح دفاعاً عن حدودكم ... وتأملوا فى
نفس الوقت أحوال العالم وراء هذه الحدود ...
وافهموا ... "

الزعيم الصينى
ماو تسى تونج

الفصل الخامس

البعد الإعلامى

فى إدارة الأزمات الدولية

يتحدث " بيتر آرنيت " أحد أشهر المراسلين الصحفيين فى العالم عن تجربته التى غطى فيها العديد من الحروب الكبرى بدءاً بحرب فيتنام حتى غزو العراق ٢٠٠٣ ، فيقول : " إننى مدين لمالكولم براون الذى كان رئيساً لمكتب الاسوشيتدبرس فى سايجون مع بداية تغطيتى لحرب فيتنام ، فقد علمنى أصول عمل المراسل الحربى ، حين اعطانى كتيباً عن تغطية أخبار الحروب عنوانه "بعض ملامح حرب العصابات " ، والذى جاء فيه :- " ستجد نفسك أحياناً فى مواقف هجومية ، ويجب أن تتصرف فيها كأنك جندى ، فتفعل كل ما تستطيع كى تبقى حياً سليماً من الأذى ، حاول أن تكون لياقتك البدنية جيدة ، حتى تتمكن من السير أو الجرى مسافة معقولة ، فقد تضطر لهذا أحياناً حفاظاً على حياتك ، يجب أن تستطيع السباحة ، فكثيراً ما تضطر للنزول إلى الخنادق والقنوات ، وإذا سمعت صوت طلق نارى وترى أن هذا الطلق ليس من جانبك ، فلا تنهض وتتلفت حولك لتتظر من أين جاء ، فالطلقة الثانية قد تصيبك ، انبطح تحت النيران ولا تتحرك إلا زحفاً على بطنك ، أبحث لك عن ساتر وتحرك نحوه ، وعندما تتحرك مع القوات لا تبق قريباً من مقدمة الطابور ، أو أول رجل فى التشكيل ، فالجنود المحترفون يحصلون على رواتب كى يفعلوا ذلك ، لا تقف

بجوار المسئول عن الاتصال اللاسلكى أو مساعده ، ولا تسر بجواره ، لأن هذا الشخص أول هدف للعدو ، ابق بجوار القائد فهو عادة فى أكثر المواقع أمناً ، وستعلم منه أكثر من غيره ... على أية حال تذكر أن الفكرة الرئيسية عن تغطية أى عملية عسكرية هى الحصول على الأخبار والصور ، وليس القيام بدور الجندى (بيتر آرنيت ١٩٩٧ : ٢-٣) ، إنها الحدود الفاصلة والمتداخلة فى آن واحد بين الدور الإعلامى وأدوات إدارة الوقائع فى الأزمات الدولية ، والتي تحدد إلى أى مدى يتقدم الإعلام ، وما حدود دوره ، وماذا يستطيع أن ينجزه ، وما لا يقدر عليه ويجب أن يترك لأدوات أخرى ، وكيف يدعمها ، وكيف يقدر فارق الأداء بين حدث روتينى وحدث غير اعتيادى فى حدوثه وتحولاته ونتائجه .

إن دور الإعلام أثناء الأزمات الدولية يختلف اختلافاً واضحاً عنه بالنسبة للشئون والأزمات الداخلية ، نظراً لحساسية وتصاد وتوتر مواقف الأطراف المختلفة ، وتزايد الضغوط على وسائل الإعلام فى إطار المنافسة على استقطاب الجماهير القلقة والمتعطشة للأخبار والمعلومات فى ظل قلة وجود مصادر بديلة فى هذه الأوقات الحرجة والحاسمة ، مما يزيد من احتمالات قدرة وسائل الإعلام على التأثير فى معلومات وعواطف الحكومات والناخب والجماهير ... لقد أصبحت وسائل الإعلام ذات قدرة مؤثرة فى عملية إدارة الأزمات الدولية ، وقد وصل هذا التأثير إلى الحد الذى جعل أزمة الرهائن فى إيران سبباً رئيسياً فى فشل الرئيس الأمريكى كارتر فى إعادة انتخابه لمنصبه مرة ثانية، وفى إثارة جدل واسع حول مصداقية الرئيس ريجان على اثر الجدل المدوى بعد فضيحة " إيران - كونترا " ، وتسببت فى اهتزاز شعبيته التى لم يسبق لها مثيل ، وكانت سبباً فى دفع النظام الدولى إلى ضرورة التدخل فى

رواندا وبروندى بعد مذابح الهوتو والتوتسى ، والتدخل لوضع حد للمذابح الصربية للمسلمين فى البوسنة والهرسك .

ففى ظل عالم متطور تتصاعد فيه الطبيعة التنافسية والتى تجعل من الأزمات التى تهدد النظام شيئاً وارداً ، تظهر الجهود الإعلامية كإحدى الدعامات الأساسية فى التعامل مع هذه الأزمات (C.B. Pratt & E. Bloom : 311-329 : 1997 حيث تتوقف كفاءة إدارة الأزمات فى جانب أساسى منها على كفاءة خطة التعامل مع وسائل الإعلام أثناءها (S. Pyer 1995: 38) ، ذلك أن سمات الأزمات الدولية وفى مقدمتها المفاجأة وتلاحق الأحداث تدفع الأفراد لأن يبحثوا عن المعلومات فى وسائل الإعلام ، ويصبحون أكثر حساسية لما يقدم فيها (D.L. Lasorsa & W. Wanta 1990: 804-813) .

كيف تعمل وسائل الإعلام أثناء الأزمات الدولية ؟

تتباين وجهات نظر الباحثين حول دور وسائل الإعلام فى إدارة الأزمات الدولية ، وتتراوح هذه الآراء بين من يرى أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً تابعاً للدور السياسى والعسكرى وأنها لا تستطيع أن تخرج عما هو محدد لها فى سيناريو إدارة الأزمة ، وهناك من يرى أن لوسائل الإعلام دور جوهري يتنافس مع تأثير القوى الأخرى فى هذا الشأن ، وهناك أيضاً من يرى أن هناك اعتماداً متبادلاً وتعاوناً استراتيجياً بين وسائل الإعلام وأدوات إدارة الأزمات الدولية من أجل تحقيق هدف محدد تتوزع فيها الأنوار من منطلق أهمية كل الأدوات واختصاص كل منها بدائرة محددة مستهدفة .

ومن خلال دراسة التراث العلمى الذى تناول العلاقة بين الإعلام وأدوات إدارة الأزمات الدولية ، نرصد فيما يلى الاتجاهات الرئيسية الثلاثة فى هذا الشأن :

الاتجاه الأول :

يرى أنصار هذا الاتجاه أن السياسيين هم المؤثرون الرئيسيون في إدارة الأزمات الدولية ، وبالتالي هم الذين يمنحون ويمنعون الأخبار والمعلومات ، ويحددون ما يجب إذاعته ، وما ينبغي أن يبقى سراً ، ومتى يجب إعلان السر أو تسريبه ، وتؤثر سلطاتهم على تحديد اتجاهات التغطية الإعلامية تجاه الأزمات الدولية ، والتصورات الخاصة بالأحداث والرؤساء والنخب والشعوب ، وإذا كانت الانطباعات الأولى ذات تأثير في إدارة العديد من الأزمات ، فمن غير السياسيين يستطيع أن يسيطر على ظروف الانطباعات الأولى بقدرتهم على حجز ساعات الذروة والصفحات الأولى لإذاعة ونشر ما يريدون ، وكما يريدون؟!.

ويؤكد أنصار هذا الاتجاه على أن السياسيين والإعلاميين لم يتنافسا قط على قدم المساواة ، فإذا كان مجال التفاعل يتسع بصورة جوهرية ، فإن القواعد والشروط والفرص والمواقع ظلت كما هي تسمح للسياسيين وليس للإعلاميين بترتيب أولويات القضايا ، وحتى مع افتراض أن ترتيب الأولويات لا يتحدد بواسطة السياسيين والإعلاميين بل بواسطة الأحداث ، فلا بد من التساؤل عن أى من المؤسستين لديه القدرة الأكبر على التحكم فى الأخبار بوسائل تجعلها مواتية لأغراضها ومصالحها ؟ (فيليب ل. جايلين ١٩٩٥ : ٥١ - ٥٥) ، فعندما وقعت أحداث " خليج تونكين " الشهيرة حين مر قاربان من قوارب الطوربيد التابعة لفيتنام الشمالية فى أغسطس ١٩٦٤ بين مدمرتين أمريكيتين كانتا ترابطان فى خليج تونكين بين الصين وفيتنام ، وعلى الرغم من أن هذا المرور لم يشكل أى تهديد للمدمرتين الأمريكيتين ، إلا أن الرئيس الأمريكى جونسون استغل هذا الحادث لينتزع من الكونجرس قراراً يطلق يده للتدخل فى فيتنام ، وحينها عجزت وسائل الإعلام الأمريكية عن مناقشة الأزمة فى ذلك الوقت ، بل

عجزت عن إثارة أية أسئلة بشأن مدى خطورة ما فعلته قوارب طوربيد فينتام الشمالية بالضبط وانسأقت وراء الحشد السياسى للأزمة الدولية .

ويسوق أنصار هذا الاتجاه مبرراً رئيسياً يشير إلى أنه فى حالة الأزمات الدولية فإن الإعلام لابد أن يؤيد النظام السياسى الذى يتبعه ، وبالتالى فإنه من الصعب أن نتحدث عن الاستقلالية الإعلامية والموضوعية فى مواجهة ضرورات الانتماء الوطنى فى هذا التوقيت (35 : 1997 H. Mowlana) حيث تتحول وسائل الإعلام إلى أداة للحكومة ، فيما يسمى بظاهرة " الالتفاف حول العلم " ، وتميل إلى أن تكون مؤيدة أو أقل انتقاداً للسلطة السياسية (K. Kuo) (324 - 312 : 1999 Chang) فأثناء الغزو الأمريكى البريطانى للعراق اصطفت المؤسسة الإعلامية الأمريكية وراء المؤسستين السياسية والعسكرية ، ونفذت حرفياً كل ما طلب منها ، ولم تنفر من تبعيتها غير المحدودة ، أو لكونها لم تعد مصدراً للسلطة الرابعة التى تستهدف العمل على كبح جماح سلطة السياسة والحرب ، بل أصبحت مكوناً من مكوناتها ، وأداة فى يد صانعى القرار اتخذت على خلفيتها قرارات كل ما حدث ، إلى الحد الذى دفع هيلين توماس سيدة الصحافة الأمريكية الأولى والنمى عملت كمراسلة لوكالة يونايتدبرس لدى البيت الأبيض على مدى سبعة وخمسين عاماً تشير إلى أن الصحفيين الأمريكيين قد أصيبوا بما أسمته " نوعاً من الغيبوبة " ، وتخلوا عن دورهم التقليدى فى ممارسة مهام السلطة الرابعة ، بتوقفهم عن طرح الأسئلة العميقة والجريئة على المسؤولين فى الخارجية والدفاع والبيت الأبيض ، وأن الصحف الأمريكية الكبرى وعلى رأسها نيويورك تايمز وواشنطن بوست لم تسمح للصحفيين بالتشكيك فيما حاول الرئيس بوش تصويره على أنه أدلة دامغة على امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل ، أو أنها تشكل خطراً محدقاً بالأمن القومى الأمريكى أو أن للنظام العراقى السابق علاقة بتنظيم القاعدة ، بل ساهم

الإعلام الأمريكي - فى ظل اتهام بوش لكل من يعترض بعدم الوطنية - فى الترويج للحرب ودق طبولها من منطلق التبعية التامة .

وقد اهتمت العديد من الدراسات بمناقشة الأشكال المتعددة للسيطرة السياسية على وسائل الإعلام وعلى حدود حريتها أثناء الأزمات الدولية طوال المائة عام الأخيرة ، وكيف أن وسائل الإعلام تتحول إلى أداة منفذة لإملاءات الإدارة السياسية ، فقد ناقشت دراسة جولدمان الدور الذى تدخلت به الحكومة البريطانية فى حرية الصحافة خلال الحرب العالمية الثانية (A.L. Goldman 1997:146-155) ، وأشارت دراسة سوينى إلى الرقابة الشاملة التى خضعت لها تغطية أبناء الحرب الروسية اليابانية (M.S.Sweeney 1998:548- 559) ، وفى حرب ١٩٧٣ ذكرت صحيفة جيروزاليم بوست الإسرائيلية إلى أن فجوة إعلامية خطيرة قد حدثت ، وأن ارتباكاً شديداً فى السياسة الإعلامية الإسرائيلية قد حدث ، وشعر الإسرائيليون أنهم مضطربون (السيد عليوه ١٩٨٨ : ٩٤) وعلمت جولدا مائير على تصريحاتها غير الصادقة عقب نشوب الحرب قائلة " كان يجب أن نقدم تصريحاً للناس مهما كان ، وكنت أعرف أن من مصلحة الجميع ألا أقول كل شئ ، لأن الحديث إلى هؤلاء الناس سيكون عسيراً ، خاصة أنهم لم يعلموا بعد شيئاً عن الخسائر الفادحة التى تتكبد فى الجنوب والشمال ، ولا على الخطر الذى هدد كل إسرائيل " (وجيه أبو ذكرى ١٩٨٧ : ٢٤٢) ، وأشارت دراسة انيجبر إلى الممارسات الأمريكية المقيدة لحرية الصحافة فى تغطية أبناء غزوها لجرينادا (J.B. Engber 1985 : 873-901) .

وفى حرب الخليج الثانية ١٩٩٠ لم تكف الرقابة السياسية والعسكرية بمنع وسائل الإعلام من توصيل معلومات معينة للجمهور ، ولكنها استهدفت استخدام المعلومات التى تنشرها وسائل الإعلام لتغيير الإدراك العام لطبيعة الحرب نفسها ، وتصويرها على أنها حرب ذكية ، كما قامت وسائل الإعلام

الغربية بإخفاء المعلومات والصور التي تصور المآسى التي ارتكبتها قوات التحالف ، حيث لم يسمح بالتصوير إلا عن طريق قوات التحالف نفسها (سليمان صالح ٢٠٠١ : ١٣٢) ، وأشار فيكو وسوفين في دراستهما عن العدالة والتوازن في التغطية الاخبارية لـ ١٨ صحيفة أمريكية ، بأن الموضوعات التي نشرت عن حرب الخليج الثانية كانت أكثر الموضوعات بعداً عن الموضوعية (F.Fico & Soffin 1995 : 621 – 631) ، وأثبتت دراسة كيلنر عن نفس الحرب أن ٧٠% من الأنباء التي أذيعت عن العمليات العسكرية قد اعترف البنتاجون بعدم دقتها بعد الحرب (D. Kellner 1992: 68-82) ، وأشارت دراسة بودل التي أجريت على ٤٤٩ من المستشارين الصحفيين إلى أن نصف العينة قد تعرضوا لضغوط لتحديد ما ينشر وما لا ينشر (J.V. Bodle 1994 : 905 – 913) .

إن الاعتراف بالتأثير الذي تملكه وسائل الإعلام ، لا يعنى أن وسائل الإعلام تستطيع أن تقرر جوهر عملية إدارة الأزمات الدولية ، أو تملك تأثيراً موازياً لتأثير الأداة السياسية تحديداً ، حيث يقدم أنصار هذا الاتجاه شواهد عديدة تدل على أن وسائل الإعلام على الرغم من قدراتها المؤثرة ، إلا أنها تستخدم أثناء الأزمات الدولية كأداة مساعدة لشرح جوانب الأزمة ، ونقل الرسائل ، وإحداث الجدل اللازم حول بعض المقترحات ، وأن الأداة السياسية هي التي تؤدي الدور الرئيسي في تحديد متى يصبح شيء ما خبراً ؟ وإلى متى يبقى خبراً؟ ... إنها هي التي تملك وضع جدول الأعمال وليست وسائل الإعلام .

وفي دليل واضح على قدرة السياسيين على صنع وإدارة الأزمات التي لا يملك الإعلاميون إلا إتباعهم فيها ، يتحدث ر. جريجورى نويس R. Gregory Nokes كبير مراسلى وكالة الاسوشيتدبرس بوزارة الخارجية الأمريكية بين عامى ١٩٨٠ - ١٩٨٦ عن الأزمة الدولية التي وقعت بين

الولايات المتحدة وليبيا وتصاعدت حتى وصلت إلى قصف ليبيا عام ١٩٨٦ ، ويشير إلى أن الأزمة قد بدأت بمجرد تولى الرئيس ريجان للحكم ، وقد اختيرت ليبيا لتدفع ثمن احباطات الإدارة الأمريكية فى التعامل مع أزمة الرهائن فى إيران ، ومقتل ٢٥٠ من مشاة البحرية الأمريكية التى كانت ضمن قوات حفظ السلام فى لبنان فى انفجار شاحنة مفخخة فى بيروت فى أكتوبر ١٩٨٣ ، وكان تعرض ليبيا للانتقادات والهجوم وعزلتها هى التى جعلتها هدفاً مغرياً للضربات الانتقامية أكثر من أعمالها هى ، وقد شرح جيوفرى كيمب خبير الشرق الأوسط بمجلس الأمن القومى خلال السنوات الأربع الأولى من عمل الإدارة الأمريكية فى حديث صحفى لماذا وقع الاختيار على ليبيا ، فقال : " إن ليبيا هدف أسهل من إيران ، وكان هناك شعور بأن الولايات المتحدة قد تعرضت للإذلال ، وأنه لابد من عمل شئ ما لإعادة بعض الإحساس بالوضع الأمريكى فى العالم ، وأن توجيه ضربة عنيفة إلى إيران لم يكن أمراً وارداً بسبب مشكلات الإمداد والتموين والتدخل العسكرى ، أما ليبيا فقد كانت مستوفاة تماماً لشروط حدوث رد فعل أمريكى ، ويضيف ر. جريجورى نوكس كبير مراسلى الاسوشيتدبرس خلال فترة هذه الأزمة الدولية أنه بمراجعة تقارير أخبار وكالة الاسوشيتدبرس لعام ١٩٨١ نجد أنه كان من النادر أن يمر أسبوع بدون قصة رئيسية تنتقد الرئيس القذافى يكون مصدرها الإدارة الأمريكية ، ويضيف أن الأسوشيتدبرس ومنافذ الأخبار الأخرى كانت تبرز القصص فى أغلب الأحيان دون تساؤلات كثيرة ، ومن أمثلة هذه القصص إدعاء وجود فرق اغتيال ليبية تستهدف اغتيال مسئولين كبار بالحكومة الأمريكية ، وطرده الدبلوماسيين الليبيين من الولايات المتحدة ، وبحث فرض عقوبات ضد ليبيا ، وحث الولايات المتحدة رعاياها على مغادرة ليبيا ، وكان بين هذه القصص سيل من الاتهامات ضد القذافى تستهدف تأكيد وصف الإدارة الأمريكية بأن ليبيا دولة بلا قانون (ر. جريجورى نوكس ١٩٩٥ : ٧١ - ٧٣) .

الاتجاه الثانى :

يرى أنصار هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً فى إدارة الأزمات الدولية يتنافس فى قوته وتأثيره مع باقى الأدوات الأخرى فى هذا الشأن ، وأن وسائل الإعلام تتمتع بدرجة كبيرة من الاستقلالية ... وقد دعمت الثورة الاتصالية فى العقود الماضية فناعة أنصار هذا الاتجاه ، فالأخبار التى تنتشر فى مكان ما فى العالم تنتقل الآن على الفور إلى كل أنحاء العالم ، كما دعمت التكنولوجيا ما لدى وسائل الإعلام من تأثير إلى الحد الذى جعل البعض يرى أنها قد أصبحت وسائل "بالغة القوة" فى إدارة الأزمات الدولية ، فهى تنقل، وتحرف ، وتبالغ فى الإثارة ، وتكرر ، وتنتشر ليس فقط ما يريده السياسيون بل أيضاً ما يريده الإعلاميون حتى لو تعارض ذلك مع القوى السياسية الفاعلة .

لقد تجاوز دور الإعلاميين مجرد جمع المعلومات ونقلها ، وتعداه إلى صياغة الوجدان والأفكار وصنع التغيير خاصة فى الأوقات الحاسمة من حياة المجتمعات (J. Singer 1997 : 2- 18) ، ولقرون عديدة كانت الجيوش تسافر إلى مواقع القتال مصحوبة بمواكب المسجلين الذين يعودون ليقصوا أخبار الانتصار أو الهزيمة ، واليوم يتحدد الكثير من الاتجاهات نحو الحروب ونتائجها من خلال أولئك الذين يسيطرون على مجالات النفوذ الإعلامى (Ray E. (3 : 1992 Weisenborn .

ويستشهد أنصار هذا الاتجاه بالعديد من الأزمات الدولية التى أدى فيها الإعلام دوراً رئيسياً ، فعلى سبيل المثال فإن فضيحة إيران - كونترا التى حدثت حين قاضت الحكومة الأمريكية الأسلحة مع إيران سراً مقابل إطلاق سراح الرهائن الأمريكيين فى لبنان ، لم يفش سرها أحد السياسيين ولم تنتشر فى صحيفة كبرى مثل " التايم " أو " نيوزويك " ، وإنما نشرتها صحيفة لبنانية صغيرة هى مجلة " الشراع " عام ١٩٨٧ ، ثم سرى الخبر على الفور فى جميع

أنحاء العالم منطلقاً من بيروت ، ليضع الحكومة الأمريكية فى حرج بالغ وليجبر جميع السياسيين على التعامل مع هذا الموضوع مؤيداً أو معارضاً أو مبرراً .

وتكرر نفس الدور فى ليلة ٣ أكتوبر ١٩٩٣ وفى عملية تم تخطيطها ، والموافقة عليها ، وشنها بالكامل بدون معرفة المسؤولين فى الأمم المتحدة ، حين أغارت قوة " دلتا " الأمريكية المكونة من رجال الصاعقة والقناصة على مسكن فى جنوبى مقديشيو بالصومال ، حيث أبلغتهم مخابراتهم أنه يجتمع فيه المساعدون العسكريون الرئيسيون للجنرال محمد فارح عيديد زعيم التحالف الوطنى الصومالى ، واقتحمت القوة ذلك المسكن ، وقبضت على أربعة وعشرين من الصوماليين بينما كانت طائرات الهليكوبتر الأمريكية تطلق صواريخ مضادة للدبابات على المنطقة المحيطة ، ولكن عندما بدأت القوات الأمريكية انسحابها إلى قاعدتها ، اسقط الصوماليون اثنين من طائرات الهليكوبتر ، وعندما تحركت قوة " دلتا " لحماية من كانوا بالطائرتين وتم إسقاطهم ، أحاط بها مئات من الرجال والنساء والأطفال الصوماليين ، وعندما وقعت القوة الأمريكية فى الفخ ، صبت نيراناً كثيفة مدمرة على الحشود الصومالية ، وقتلت عدداً بلغ ألفاً من الصوماليين فى المعركة التى استمرت عدة ساعات ، وطلبت الولايات المتحدة من قوات حفظ السلام المساعدة على إنقاذ القناصة الأمريكيين ، وانتهت المعركة بمقتل ثمانية عشر جندياً أمريكياً وجندي مالىزى واحد ، واصيب تسعون جندياً أمريكياً ومالىزياً وباكستانياً ، وأسر طيار أمريكى ، ونقلت التلفزيونات صور هذا الفشل المفجع للغارة فى كل أنحاء العالم ، وظهر فيها جندى أمريكى وهو (يسحل) فى شوارع مقديشيو وسط تهليل وهتاف مؤيدى محمد فارح عيديد (بطرس غالى ١٩٩٩ : ١٢٥) ، واستطاعت عدة صور منشورة فى الصحف الأمريكية للجندى الأمريكى الذى قتل وسحب على الأرض عبر شوارع مقديشيو بالصومال إثارة مناقشات فى الكونجرس

دفعت الرأي العام الأمريكي إلى ممارسة ضغوط على الحكومة الأمريكية للانسحاب ، وهو ما دفع حكومة كلينتون إلى اتخاذ قرارات بالخروج العاجل من الصومال ، وأثار تساؤلاً مهماً حول قدرة الصورة الصحفية الفعالة على التأثير فى القرار السياسى تحت ضغوط الرأي العام (J.R.Dominik1996: 367) .

كما أدى الإعلام الأمريكى دوراً مؤثراً فى تصعيد الانتقادات الموجهة للحكومة الأمريكية نتيجة الأدلة المتزايدة على الفشل فى فيتنام ، وأثار الرأي العام الأمريكى ضد حكومته ، فقبل فبراير ١٩٦٨ كانت حرب فيتنام تقدم للرأى العام على انها " حرب تكنولوجية نظيفة ! " ، وبعد هذا التاريخ وحين حوصرت مجموعة من البحرية الأمريكية من جانب القوات الفيتنامية ، أصبحت وسائل الإعلام تركز على قصص التخبط والفوضى والانهيـار ، وتغيرت التغطية الاخبارية من قرب تحقيق الانتصار إلى " فيتمة الحرب " Vietnamization of the war ، وظهرت القصص الاخبارية عن قوة القوات الفيتنامية ، وقد كانت الصور الصحفية التى نشرت بالصحف الأمريكية ذات تأثير وانطباع كبير أكثر مما قدم فى التلفزيون الذى كان مجبراً على انتقاء صور لاعتبارات تلائم المشاهدين ، ومن بين ست صور تم تذكرها كرموز حرب فيتنام كانت هناك أربع منها نشرت بالمجلات الاخبارية (M.D.Sherer1986:391- 394) ، وفى النهاية استطاع الإعلام أن يثير الرأي العام إلى المدى الذى أجبر الحكومة الأمريكية فى النهاية على الانسحاب من فيتنام بعد أن منيت بخسائر فادحة شكلت صفحة لا تنسى فى التاريخ الأمريكى .

وفى أزمة السويس ١٩٥٦ قامت صحيفة " المانشستر جارديان " البريطانية بدور مستقل ومسئول فى مواجهة عاصفة مضادة من الصحف البريطانية ، وقد حاولت " المانشستر جارديان " تهدئة الساسة البريطانيين المتجهين باندفاع نحو إشعال حرب ضد مصر مثلت نهاية للإمبراطورية

البريطانية ، لقد أعلنت الصحيفة المعبرة عن آراء حزب الأحرار البريطانى فى تعليق لها على تأمين مصر لشركة قناة السويس فى عددها الصادر بتاريخ ٢ أغسطس ١٩٥٦ قائلة : " ما سر هذا الذعر الشديد الذى يملك الحكومات الغربية من مشروعات التأمين ؟ ومع أن تجربتنا البريطانية فى التأمين لم تكن موفقة ، إلا أن ملكية الأجانب لأسهم شركات المناجم والسكك الحديدية البريطانية لم تمنع بريطانيا من تأمين هذه الشركات ، إن بريطانيا غير محقة فى اتخاذ استعداداتها للقيام بعمل حربى فى قناة السويس ، لأنه لا يوجد فى الوقت الحاضر ما يبرر استخدام القوة ، فمصر لم تخرق اتفاقية عام ١٨٨٨ التى تكفل حرية الملاحة الدولية فى القناة ، ولم تنتقض أى عهد من العهود التى أبرمتها " ، وأضافت الصحيفة التى استطاعت أن تتحدى بالموضوعية والمسئولية " إن التأمين مسألة داخلية ، وإن ما يتخذ من قرارات بشأنه حق لا نزاع فيه لكل دولة ذات سيادة " (عبد الحميد ابو بكر ١٩٨٧ : ١٢٤) ، وحين قرر جميع المرشدين الأجانب عدا اليونانيين الانسحاب من شركة قناة السويس لإعاقة مصر عن إدارتها رفضت جميع الصحف البريطانية والفرنسية نشر الإعلانات المصرية لطلب مرشدين ، وكانت المانشستر جارديان هى الصحيفة البريطانية الوحيدة التى قبلت نشر الإعلان (محمود فوزى ١٩٨٧ : ٥٩) ، لقد كانت تغطية المانشستر جارديان مزعجة للغاية للحكومة البريطانية إلى درجة أن رئيس الوزراء أنتونى ايدن حاول منع هيئة الإذاعة البريطانية من نقل ما تكتبه الصحيفة عن الأزمة فى أقوال الصحف التى تذيبها كل يوم ، كما منع مراسل الجريدة الدبلوماسى ريتشارد سكوت من التحدث فى الإذاعة .

لقد تطورت وسائل الإعلام إلى الحد الذى أصبحت فيه المصدر الأساسى للمعرفة لقطاع كبير من الأفراد فى أى مجتمع ، وأصبح هذا القطاع يتعامل مع ما تقدمه وسائل الإعلام على أنه الحقيقة نفسها ، بل إنه يكتفى بما

تقدمه وسائل الإعلام لرسم الصور والعوامل المحيطة به ، لاعتقاده أن الواقع أكثر تعقيداً على فهمه وإدراكه (محمد عبد الحميد ٢٠٠٤ : ٣١٤) ، وبالتالي فإن وسائل الإعلام بتأثير إمكاناتها وطاقاتها يمكن أن تقدم هذه الصور بطريقة أيسر من أحاديث السياسيين مما يسهل عملية الفهم والإدراك ، وقد أدى وصول وسائل الإعلام إلى التكنولوجيا المتقدمة ، والتي كانت ميداناً خاصاً للحكومات إلى تغير معنى من الذى يعرف ماذا ؟ ومتى ؟ ، لقد أصبح فى استطاعة وسائل الإعلام أن تعرف معلومات تطورات الأزمة الدولية فى نفس اللحظة التى يعرفها كبار الساسة ، بل إن مراكز مراقبة الأزمات فى الولايات المتحدة لديها الآن أجهزة مضبوطة على شبكة "CNN" ، أو " أخبار العناوين الرئيسية " فى كل الأوقات ، لم تعد وسائل الإعلام مجرد متلقى منتظر ، وإنما أصبحت متلقياً مشاركاً فى صناعة الحدث ... وكان لهذا التغيير فى سرعة ونوعية توزيع المعلومات أثره فى التعجيل بتأثير الأزمات الدولية وتصاعدها ، حيث كان لدى رؤساء الدول قبل ذلك الوقت الكافى أياماً بل وحتى أسابيع لكى يتأملوا الأحداث، ويرجعون إلى المستشارين ذوى الخبرة قبل الرد أو العمل (روبرت ج . كيرز ١٩٩٥ : ١١٩ - ١٢٠).

ولعل هذا الدور المتصاعد للإعلام فى صناعة الحدث والتأثير على مساراته هو ما لفت نظر موسى ديان وزير الخارجية الإسرائيلى الأسبق عام ١٩٧٧ إلى أن طائرة الرئيس السادات إلى القدس حملت أكبر ثلاثة من مذيعى التلفزيون الأمريكى وهم " والتر كرونيكت " نجم شبكة CBS ، و " باربارا والترز " نجمة شبكة ABC ، و " جون تشانسيلور " نجم شبكة NBC ، ولاحظ " ديان " أن " باربارا والترز " كانت أصلاً فى القدس تجرى مقابلة مع مناحم بيجين رئيس الوزراء الإسرائيلى ، ولكن طائرة خاصة حملتها إلى الإسماعيلية قبل موعد الزيارة بساعات ، لكى تنزل - مع الآخرين - وراء الرئيس السادات

لحظة نزوله في مطار بن جوريون ... وأضاف ديان أنه لا يمكن أن يكون لهذه الترتيبات كلها هدف غير تعبئة الرأي العام الأمريكي (محمد حسنين هيكل ١٩٨٦ : ١١١) ، وكذلك فقد كان الاهتمام بالتأثير الإعلامي هو السبب في الإصرار المصري على أن يتم نقل الزيارة بأكملها على الهواء إلى مصر ، الأمر الذي جعل المسؤولين الإسرائيليين يدركون أن السادات قد أعد العدة كي تصبح زيارته لإسرائيل حدثاً تليفزيونياً مثيراً ، كما تعتمد الرئيس السادات اختيار مناسبة الزيارة لأداء صلاة عيد الأضحى بالمسجد الأقصى ، ورفض ما أشار به الأمن الإسرائيلي بأنه لن يسمح سوى لخمسائة فلسطيني بدخول المسجد إلى جانب مرافقي الرئيس ، حتى لا يفسر هذا الجمع الصغير من المصلين بأنه انتصار لمنظمة التحرير الفلسطينية التي كانت قد دعت إلى مقاطعة الصلاة في المسجد الأقصى ، وطلب الرئيس السادات عدم منع أحد من دخول المسجد ، الأمر الذي أدى إلى احتشاد نحو ستة آلاف فلسطيني لأداء الصلاة (إيتان هابر وآخرون ١٩٨٦ : ١١٠ ، ١٣٠).

لقد ساهمت التطورات المتقدمة لتكنولوجيا الاتصالات في تحويل العديد من المؤسسات الاخبارية إلى تكتلات دولية ضخمة ، تخوض منافسات ضارية للسيطرة على مصادر الأخبار وصناع الأحداث وال جماهير وأرقام التوزيع والتغطية الجغرافية ، لقد أصبحت هذه المنافسات من ضرورات البقاء الاقتصادي والإعلامي أيضاً ، وفي سبيل ذلك البقاء يطرق الإعلاميون كل السبل للوصول إلى الأسرار والسبق الإعلامي والمصادر التي يصعب الوصول إليها والصفوف الأولى للحروب ، وفي وسط هذا تتعارض المصالح الإعلامية كثيراً مع رؤى من يديرون الأزمات الدولية والذين يسعون إلى تقييد الإعلاميين والسيطرة على الأحداث والمعلومات .

ويؤكد أنصار هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام استطاعت أن تجعل

الجمهور يمسك من خلالها بأطراف العالم من خلال مراسليها ، واستعانتها بتحليلات المتخصصين فى الأزمات الدولية والمسؤولين السابقين والإعلاميين من مختلف أنحاء العالم ، والذين كونوا منافساً مناوئاً ومحتلاً لما يقوم به السياسيين فى أثناء الأزمات الدولية ، وكاشفاً لما قد يخفى من حقائق .

الاتجاه الثالث :

يذكر جيمس بيكر وزير الخارجية الأمريكى الأسبق فى كتابه " سياسة الدبلوماسية " : " فى عالم السياسة الكلمة هى العملة السائدة ، ولو استخدمت بحصافة يمكنها بناء عاصمة سياسية وإقامة إجماع عام أو إثراء أمة ، لكن عندما تتبدد أو توظف بدون فاعلية فيمكنها أن تغلس مرشحاً وتقضى على سياسة بل تقضى على حكومة ، والسياسة فوق هذا وذاك هى الإقناع أساساً ، ويعد الصحفيون أداة وصل أساسية لا غنى عنها بين صانعى سياسة الأمن القومى وجمهورهم ، ومن زاوية ضبط إيقاع عملنا تبقى متابعة التعليقات الصحفية أمراً بالغ الأهمية ، فلو أنى ألقيت خطاباً أو أدليت بشهادة للكونجرس - على سبيل المثال - فمن المهم أن أرى كيف تناولها الصحفيون ، إننى أعرف الرسالة التى اعتزمت توجيهها ، وبوسعى قراءة أقوال الصحف لأقرر ما إذا كانت نجحت فى توصيل رسالتى ، ثم استغل رد الفعل لتصحيح ما نقوله علناً (أو سراً) لحجب أو تعديل السياسة فى اتجاه أو فى آخر .

وقبل فترة طويلة من إقدام الدول على خوض الحرب أو حتى التفكير فى خوضها ، فإن حكوماتها عادة ما تكون قد تبادلت (بالمعنى الحرفى) آلاف الكلمات سراً وعلناً بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، وأثناء الحرب الباردة كان خطر نشوب حرب مأساوية بين القوى العظمى كبيراً لدرجة أن الدبلوماسيين كانوا يستخدمون الكلمات كبديل للقوة ، ويوجهون رسائل شديدة اللهجة بدلاً من

مشاة البحرية المدججين بالسلاح لتحقيق أهدافهم ... وبالطبع فإن الحكومات الأخرى تفعل الشيء ذاته حيث تحظى قضايا السياسة الخارجية بتدقيق مكثف من الصحافة ، وفي أغلب الأحوال وقبل عرض اقتراح فإنها تطرح الفكرة بتسريبيها للصحافة وبالطبع نفعل الشيء نفسه ، وهكذا تدار الدبلوماسية " (جيمس بيكر ١٩٩٩ : ١٤٧-١٤٨) .

يقودنا ما سبق إلى الاتجاه الثالث الذى يرى أنصاره أن الإعلام يقف فى منطقة وسطى بين الاتجاهين السابقين ، فهو من ناحية ليس مستقلاً بشكل كامل عن أى متغيرات ، وبالتالي لا يستطيع معالجة الأزمات الدولية من وجهة النظر الإعلامية فقط بمعزل عن رؤى القوى الأخرى المؤثرة فى المجتمع ، ومن ناحية ثانية فالإعلام - خاصة فى المجتمعات الديمقراطية - يعد سلطة رابعة لها قوتها الذاتية والقانونية والمجتمعية ، إلى الحد الذى يجعله يملك قدراً من حرية التناول الإعلامى وإبداء الرأى الذى يختلف فيه مع القوى الأخرى حتى فى أوقات الأزمات الدولية ، ويملك فى الوقت نفسه القدرة على التعاون والمساهمة فى إدارة الأزمة من موضع دوره المؤثر والمكمل ، وليس دوره التابع بلا قيد أو شرط .

ويتمثل المبرر الرئيسى لأنصار هذا الاتجاه فى أن الإعلام لا يستطيع أن يعمل فى أى مجتمع بمعزل عن تأثير المتغيرات الأخرى ، وبالتالي لا يستطيع أن يكون مستقلاً استقلالاً كاملاً ، فوسائل الإعلام تتعرض خلال ممارستها لمهامها إلى العديد من الضغوط التى تتمثل فى سلطة الدولة ، والرقابة السياسية والضغوط الاقتصادية (D. Mcquail 1994: 190-191) ، وتأثيرات النظام التشريعى والقضائى ، وجماعات المصالح ، وهى ضغوط تؤثر على عملية الإبداع الإعلامى والنتاج النهائى لمحتوى الإعلام (R. Lorimer) (29-32 : 1994 P. Scannell & ، كما يتأثر الأداء الإعلامى أيضاً بالسياق

التنظيمي ، والتأثيرات التقنية ، وعامل الوقت ، والمتابعة الاخبارية ، والعلاقات بمصادر المعلومات (محمد عبد الحميد والسيد بهنسي ٢٠٠٤ : ٣٧) ، وتوقعات الإعلاميين من جمهور المتلقين ، والجماعات المرجعية التي ينتمون إليها والتي تعتبر عنصراً مؤثراً في طريقة التفكير ، والتفاعل مع العالم المحيط حيث تميل الجماعات المرجعية ذات المصلحة Interest Groups إلى رؤية كل الأحداث وتفسيرها في إطار مفهومها الضمني لاهتمامها المشترك الذي تجمعت حوله (محمد عبد الحميد ٢٠٠٠ : ١٦٥) .

كما يرى أصحاب هذا الاتجاه أنه على الرغم من وجود العوامل العديدة المؤثرة على الأداء الإعلامي في إدارة الأزمات ، إلا أنه ينبغي الإشارة إلى أن وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال بها ليسوا مجرد أداة رد فعل لتأثيرات هذه العوامل ، ذلك أن دورهم كحراس للبوابة يلعب دوراً محورياً في تحديدهم لأولويات الاتصال وكيفية المعالجة وفي عملية بناء الأجندة أثناء الأزمات (33-62 : R. Mathes & B. Pfetsch 1991) ، وبالتالي فإن السياق المنطقي أن يتم النظر للعلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في إطار التعاون المشترك أو الاعتماد المتبادل حيث يحتاج كل من الطرفين للآخر ، فالسياسيون يمثلون مصدراً مهماً للإعلاميين في الأزمات الدولية يقوم بإمدادهم بالمعلومات والأخبار والمواقف التي لا يستطيع غيرهم إمداد الإعلاميين بها ، كما يمثل الإعلاميون بالنسبة للسياسيين مؤشراً ينقل اتجاهات الرأي العام تجاه أسلوب إدارة الأزمة ، ويحدد اتجاه التأييد أو المعارضة ، كما يؤيدون دوراً لا غنى عنه للسياسيين في نقل وجهات نظرهم تجاه الأحداث الدولية .

وفي إطار هذا التعاون أو الاعتماد المتبادل تستطيع وسائل الإعلام أن تؤدي أدواراً مهمة في إدارة الأزمات الدولية ، حيث يمكن أن تمارس ما يطلق عليه " دبلوماسية الوساطة الإعلامية " Media – Broker Diplomacy ،

والتي تعنى قدرتها على ممارسة دور فى السياسة الدولية من خلال الأدوات الإعلامية المتعددة مثل التغطية الإعلامية للأحداث ، والمؤتمرات الصحفية ، والأخبار المسربة عن عمد ، والرسائل المتبادلة إعلامياً بين قادة الدول المتنازعة فى ظل غياب أو صعوبة وجود قنوات أخرى ، ففى ظهر يوم ١٩٧٣/٩/٢٦ استخدمت وسائل الإعلام الإسرائيلية للقيام بدور حامل الرسائل العسكرية غير المباشرة الى سوريا ، حيث وصلت إلى إسرائيل معلومات استخباراتية عن تحركات حشود سورية على الحدود مع إسرائيل ، فعقد موسى ديان وزير الدفاع الإسرائيلى مؤتمراً صحفياً ليرسل رسائله إلى مسامع السوريين كي لا يبدأوا حرباً ضد إسرائيل ، وقال فيه " آمل أن يدرك السوريون من جانبهم أن كل ضربة ستؤلمهم أكثر مما ستؤلمنا ، ولا يوجد اليوم سبب خاص للنظر إلى الوضع بخطورة ، ولا باستخفاف أيضاً سواء بالنسبة للاستعدادات العسكرية وراء الحدود ولا فى موقف السوريين السياسى " (يشعياهو بن - فورات وآخرون ١٩٧٤ : ٧٤ - ٧٥) ... وفى عام ١٩٧٧ وبعد إعلان الرئيس السادات لمبادرته للسلام استخدم الإعلام لأداء دور "الوساطة الإعلامية" ، حين أجرى المذيع الأمريكى والتر كرونكيكيت Walter Cronkite بشبكة CBS الأمريكية مقابله الشهيرة فى ١٤ نوفمبر ١٩٧٧ والتي أجريت عن طريق القمر الصناعى قبيل زيارة السادات لإسرائيل ، واستضاف فيها كل من الرئيس السادات ورئيس الوزراء الإسرائيلى مناحم بيجين فى نفس الوقت وقبل أن يتواجهما وجهاً لوجه ، واستخدمت المقابلة التلفزيونية ليرسل كل من الطرفين رسائله وشروطه للطرف الآخر ، وبعد سنتين من هذا الحادث كرر الإعلام وساطته الإعلامية فى أزمة الرهائن الأمريكيين بإيران والتي بدأت فى ١٩٧٩/١١/٤ ولمدة ٤٤٤ يوماً ، حيث دخلت إدارة الرئيس الأمريكى جيمى كارتر والقيادات الإيرانية فى جولات مستمرة من

التصريحات السياسية من خلال قنوات التليفزيون فى ظل غياب وجود قنوات دبلوماسية رسمية بينهما .

كما تستطيع وسائل الإعلام فى إطار تنسيقها مع وسائل إدارة الأزمات الدولية الأخرى أن تلعب دوراً مؤثراً كعامل تهدئة ، أو كعامل محفز ودافع للتدخل الرسمى فى الأزمة ، ويتوقف هذا الدور على إدراك أبعاد الموقف ، والوعى بقواعد توزيع الأدوار بين أدوات إدارة الأزمة ... ففى مساء الثلاثاء ٢ أكتوبر ١٩٧٣ استدعى المراسلون العسكريون للصحف اليومية فى تل اببيب لتلقى توجيهات أحد كبار القادة ، والذي أبلغ المراسلين بصفة عامة بحشود القوات المصرية والسورية على الجبهة ، كما أبلغهم بالتقدير الذى وافقت عليه القيادة العامة ، ومفاده أن هناك " احتمالاً ضئيلاً للحرب ، وأنه كما يبدو لن يحدث أى شئ " ، وبناء على هذا التوقع ، دعا المراسلين أن يراعوا فى صحفهم التخفيف من حدة الأنباء التى استمرت فى التدفق من وكالات الأنباء فى القاهرة ودمشق بشأن التوتر المتزايد على الحدود مع إسرائيل ، وقيل للمراسلين أنه " لا مصلحة لنا فى أن نسبب التصعيد " ، وفعلاً ابتداء من يوم الأربعاء بدأت جميع الصحف الإسرائيلية محاولة التهدئة والتخفيف من حدة الأنباء عن الحشود المصرية والسورية على امتداد الحدود (يشعياهو بن - فورات وآخرون ١٩٧٤ : ٣٧) ، وبصرف النظر عن محاولة تقييم الدور الذى مارسته الصحف الإسرائيلية فى دعم عملية الخداع المصرية والسورية ، بقيامها بعملية التهدئة وعدم التصعيد فى ظل غياب الإدراك السياسى والعسكرى الإسرائيلى للأبعاد الحقيقية للكارثة المقبلة ، فإنها قامت بدورها فى ضوء ما طلب منها .

ونستطيع أن نرصد فى أزمات دولية عديدة التأثير المتبادل والتكامل بين القوى السياسية والعسكرية وأولويات الأداء الإعلامى ، خاصة تلك الأزمات ذات الصلة المباشرة بمصير مجتمعاتها ، فرغم المنافسة الحادة بين وسائل

الإعلام ، فإن العديد من الأزمات تشير إلى أن المسؤولية المجتمعية يجب أن تكون لها الأولوية على السبق والانفراد الإعلاميين ، ففي ١٠ أكتوبر ١٩٧٣ وفي ذروة الهزيمة الإسرائيلية اجتمع موسى ديان وزير الدفاع الإسرائيلي مع رؤساء الصحف الإسرائيلية اليومية واعترف أمامهم بالفشل في الحرب قائلاً "لا توجد لدينا الآن القوة الكافية لأن نقذف بالمصريين إلى ما وراء القناة إلا إذا خاطرنا بإنهناك قواتنا تماماً ، وأقول لكم صراحة ، لقد بات واضحاً أمام العالم كله أننا لسنا أقوى من المصريين" ، وأخبرهم بأنه ينوى قول هذه الكلمات على الملأ في المساء على شاشة التلفزيون ... وذهل رؤساء التحرير ، وقال له رئيس تحرير "هآرتس" جرشوم شكون : " إذا كان ما قلته لنا الآن سيقال على شاشة التلفزيون ، فإن هزة أرضية ستحدث في أذهان الشعب الإسرائيلي ، وكذلك لدى الشعب العربي " ... وبادر أحد الصحفيين بإبلاغ رئيسة الحكومة جولدا مائير في حينه ، فاتصلت على الفور بموشى ديان ، وأمرته بإلغاء اللقاء التلفزيوني ، وطلبت من رؤساء التحرير ألا ينشروا أقواله . (حسين عبدالواحد ٢٠٠٣ : ٤٨) .

إن وسائل الإعلام لا تقرر أولويات الأزمات الدولية والصراعات والقضايا ، إلا أنها في نفس الوقت ليست مجرد مرآة عاكسة للأزمات والصراعات الدولية دون وعي ، ولكنها ذات علاقة وظيفية بأدوات إدارة هذه الأزمات ، وطرفاً فاعلاً يتحدد مدى تأثيره وفقاً للظروف التي يعمل من خلالها (36 : 1992 H. Mawlana) ، وأيضاً وفقاً لكيفية أدائها فهي بتحقيقاتها ، وصورها ، وأخبارها ، ومتابعاتها ، وتحليلاتها ، وسرعتها ، وانتشارها ، وثقافة مراسليها ، وتعدد مصادرها ، تشكل حلقة ربط محورية تستطيع أن تؤثر في مسار الأزمات الدولية ، فتقوم بإبراز الشخصيات والإنجازات حين يكون ذلك حقيقياً ، وتخفف من وقع الخسائر حين يكون ذلك ذو أولوية قصوى ، ففي حوار

لحسن دياب المصور الخاص للرئيس جمال عبد الناصر ، ذكر أنه كان المصور الوحيد الذى رأى الرئيس جمال عبد الناصر يوم ٥ يونيو ١٩٦٧ ، وهو يبدو متهاكاً وكأنه يجبر قدميه عند خروجه من مقر القيادة مع كل ما كان فى مفاجأة الهزيمة من تأثير ، ويضيف حسن دياب أنه امتنع عن التقاط هذه الصورة ، لأنه يعلم أنها لو نشرت لتناقلتها كل وكالات الأنباء من المصور الوحيد الذى كان حاضراً ، ورأى أن دوره يحتم عليه الامتناع عن ذلك حفاظاً على مكانة الرئيس عبد الناصر ، ووضع مصر فى هذه اللحظة العاصفة من الأزمة ، ويؤكد ذلك بقوله " إنه لم يقبل على نفسه أن يرفع الكاميرا نحو عبد الناصر وهو فى هذه الحالة " (سهام ذهني ٢٠٠٣ : ١١٢ - ١١٣) ، إنها مسئولية إدراك دور الصحفى المنتمى لدولة تمر بمنحنى عاصف فى أزمة ، وليست مسئولية الدور المنتمى إلى مهنة تنافسية فقط .

وإدراكاً للتأثير المتنامى لدور وسائل الإعلام خاصة فى عصر التلفزيون والأقمار الصناعية ، وإيماناً بقوة الكاميرا فقد أخذ مسئولو الحكومة بصورة متزايدة يشكلون سياساتهم بقصد تكوين تغطية إيجابية وفى الوقت المناسب ، تحصل على دعم الجمهور ، وأصبح السؤال المهم فى أغلب الأحوال هو كيف سيكون أثر هذه السياسة ؟ وكيف ستبدو الصور ؟ وهل ترسل الإشارات الصحيحة ؟ لقد أصبحت الكاميرا ذات قوة غير عادية ، وليست هناك أية تكنولوجيا أخرى فى التاريخ أثرت على ثقافة ما إلى هذا الحد (ديفيد ر.جيرجن ١٩٩٥ : ٨٥) ، وهو ما دفع الرئيس الأمريكى نيكسون إلى ترتيب جدول أعماله خلال زيارته التاريخية للصين فى فبراير ١٩٧٢ ، والتي مثلت تحولاً جذرياً فى العلاقات بين الولايات المتحدة والصين ، لكى تعرض فى أفضل وقت لمواطنيه فى الولايات المتحدة ، كما تعتمد الرئيس السادات أن تكون عودته للقاهرة بعد زيارته التاريخية لإسرائيل (قبل الغروب) حتى يتسنى تنظيم

استقبال شعبى له فى شوارع القاهرة لتتقله وسائل الإعلام على الهواء دعماً لخطوته غير المسبوقة ، ولإرسال رسائل عديدة إلى المعارضين والمؤيدين ... وأيضاً إلى الخصوم .

* * *

ومن خلال عرض ما سبق بشأن وجهات النظر المتعددة حول الاتجاهات الثلاثة التى ناقشت كيف تعمل وسائل الإعلام أثناء الأزمات الدولية ؟ يتأكد أن القرارات الخاصة بإدارة الأزمات الدولية يجب أن تتخذ وفقاً لمصالح الدولة أولاً ، وليس وفقاً لاستطلاعات الرأى فقط ، أو ما يمكن أن يجذب انتباه الجماهير على شاشات التلفزيون وصفحات الصحف ، ولو أن الدول تبنى قراراتها على إملاءات الرأى العام المعرضة للانفعالات والتغير ، أو على ما تدفع إليه وسائل الإعلام ، فإن قرارات مصيرية عديدة لم يكن من الممكن إقرارها أبداً ... إن السياسيين يجب أن يتخذوا قراراتهم بعد وقت كاف لتدبر الأزمة وليس من أجل اللحاق بأخبار المساء ، ومهما قيل عن رغبة الجمهور المتعجلة فى الوصول إلى نتائج ، فإنه فى النهاية يحترم القرارات المدروسة وبعيدة المدى ، حتى لو لم تكن ملبية لتعجله .

ومن ناحية أخرى فإن على السياسيين تعريف الجمهور بما يفعلونه حتى يصلوا إلى قراراتهم ، وعلى الرغم من أنه لا يشترط الحصول على موافقة الرأى العام مقدماً ، إلا أنه حين يتم التوصل إلى قرار يجب السعى للحصول على مساندة الإعلام فى الحصول على دعم الجماهير للإجراءات والقرارات التى تم التوصل إليها لى تكون عملية إدارة الأزمة منطقية ومقنعة ومبررة وتستطيع الصمود أمام محاسبة التاريخ .

نماذج العلاقة بين الإعلاميين و السياسيين

مما سبق يتضح أن العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين علاقة متداخلة ، وذات طبيعة إشكالية متغيرة ، وعلى الرغم من أهميتها للأطراف الرئيسية المتمثلة فى الجمهور والإعلاميين والسياسيين ، إلا أنه من الصعب إخضاعها للدراسة والتحليل بسهولة ، ذلك أنها غالباً ما تكون علاقة غير مباشرة ، وإذا كانت أغلب الدراسات تركز على ما هو واضح ومرئى ، إلا أنها تحتاج إلى تحليل يغوص فى أعماق ما هو مستتر بين نظام سياسى ونظام إعلامى يتكاملان أحياناً ، ويتوازيان أحياناً ، ويتصارعان أحياناً أخرى .

وقد حاول العديد من الباحثين منذ عقود عديدة الوصول إلى نماذج تفسر ميكانيزم العلاقة بينهما (*) ، وقد تباينت نتائج بعض البحوث ، واتفقت نتائج بعضها حول الرؤية العامة لهذه العلاقة ، ودون التطرق إلى مناقشة الفروق التفصيلية بين هذه النماذج يمكن تحليل العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين من خلال النماذج التفسيرية الثلاثة التالية التى تبدو أكثر النماذج التى قُدمت تمثيلاً لرؤى هذه العلاقة :

١- نموذج العداء The Adversary Model :-

يفترض هذا النموذج وجود نوع من العداء أو الخصومة بين الإعلاميين والسياسيين ، يعود فى الأساس إلى وجود صراع على الاهتمامات بين الطرفين، فالإعلاميون يرون أنهم لا ينبغي أن يصيروا تحت سيطرة السياسيين ، كما يرون أنهم يجب أن يفحصوا بدقة سلوك السياسيين مفترضين ان القصة الحقيقية

(*) تم الاقتصار فى تناول هذا الموضوع على الأنظمة الليبرالية فقط ، ذلك أنه فى خارج هذه الأنظمة لا مجال للتحدث عن دور مستقل للإعلام ، حيث يتبع دائماً تعليمات النظام السياسى ولا يستطيع التدخل برأى مختلف أو معارض .

دائماً ما تختفى تحت السطح ... ووفقاً لهذا يقوم الإعلاميون بمراقبة السياسيين ، ويهتمون بتفسير ما يقال ولا يكتفون بالثقة فيما ينقل إليهم ، ويحاولون فصل الحقائق عن الأكاذيب ، ويبحثون عن الأدلة التي تثبت محاولات استغلال السلطة، ووفقاً لهذا النموذج فهم يقومون بدور موازٍ يعادل دور الحكومة ، ويحتاج ذلك إلى أن تكون وسائل الإعلام غير منحازة ولديها المصداقية لدى الجماهير ، وتتمتع بالإرادة والحرية كي تقوم بهذا الدور الرقابي الذي يتم النظر فيه إلى السياسيين باعتبارهم أفراداً مثل باقى المواطنين (Jan E. Leighley : 112 – 119 ، 2003 ، ويفترض النموذج أن الجمهور يدخل فى هذا الصراع عن طريق افتراض رغبته فى معرفة سياسيه الذين يمثلون بالنسبة له مصادر المعلومات عن التطورات التى تحدث فى البيئة السياسية وتؤثر على حياته ومستقبله .

وتستند الركائز التى يقوم عليها هذا النموذج إلى نظرية الديمقراطية الليبرالية التى تميل إلى التأكيد على الاستقلالية والخصوصية ، وإمكانية ارتكاب من بالسلطة للأخطاء ، وأن مراقبتهم تستهدف عدم اساءة استخدامها ، أو الظن بأنهم فوق المساءلة ، وأنه من المهم أن يعترفوا بأخطائهم حين تقع ، وأن يحاسبوا عليها ، لأن فى معاقبة المخطئ ضماناً لحرية الجمهور ، أى أن الهدف النهائى هو جعل الحكومة تتصرف وفقاً لما يحقق الفائدة العامة للجماهير ، وإذا لم تقم الحكومة بذلك فعلى وسائل الإعلام عرض الحقيقة على الجماهير التى يجب عليها بالتالى أن تقوم برد فعل تجاه هذا الموقف .

وعلى الرغم من أن العديد من الإعلاميين يعتقدون هذا النموذج ، وعلى الرغم من الاختلاف الحاد الذى يمكن أن يلاحظ أحياناً بين السياسيين والإعلاميين ، والذى يمكن أن يمثل تصويراً تطبيقياً لهذا النموذج ، إلا أنه يواجه بثلاثة انتقادات :

أ- محدودية الجانب القيمي فى النموذج ، فهو لا يوفر معياراً لسلوك الإعلاميين تجاه السياسيين ، ولا يتضمن أى قواعد عن حقوق الاتصال بهم ، أو الاستعداد للاعتراف بإيجابياتهم حين يكون ذلك واجباً ، ولا يتضمن أسساً حول حقوق المتحدثين باسم الحكومة ومعارضيه ، كما أن هذا النموذج لا يحدد مدى التنافس المسموح به بين الطرفين ، ولا يضع حدوداً لمساحة العداء بينهما ، حتى أن وليام ريفرز وهو أحد أكثر المهتمين بشرح هذا النموذج قد ذكر أن هذا العداء يجب ألا يكون مساوياً لمعنى ألا نعرف شيئاً عن الحكومة ، وهو أيضاً لا يعنى أن نعامل رئيس الدولة على أنه ملكية عامة ، وأنه لا ينبغى تقسيم الإعلاميين والسياسيين إلى قطبين متنازعين ، حيث يجب أن تكون هناك حدود لهذا العداء .

ب- لم يقدم النموذج الذى أشار إلى وجود هذا العداء بين الطرفين أى آلية لفهم هذا القدر الكبير من التعاون والتضامن الذى يحدث فى الواقع العملى بين الإعلاميين والسياسيين ، حيث يحتاج كل منهما للآخر من أجل بناء وإرسال رسائل محددة ومطلوبة إلى الجمهور .

ج- إذا كانت عملية تقديم الرسائل السياسية هى نتاج عمل مشترك بين الإعلاميين والسياسيين تتضمن درجات متعددة من التفاعل بينهما سواء كان تكاملاً أو تآزراً ، فإن الاتجاهات العدائية المتبادلة لا يمكن أن تستمر باستثناء بعض الاختلافات المحدودة إزاء قضايا معينة وفى أوقات معينة ، وحتى مع افتراض وجود هذا العداء ، فإن ذلك لا يعنى غياب أسس التعاون التى تسمح لكلا الطرفين بمتابعة الطرف الآخر ، وفى نفس الوقت بإنتاج رسائل اتصالية بناءة فى إطار الاتصال السياسى ، حيث أن العداء والخصومة سيعوق كل طرف من تحقيق أى مهام اتصالية سياسية ناجحة (J. G. Blumler & M. Gurevitch 1995 : 27-29) .

٢- نموذج التبادل الاجتماعي The Social Exchange Model :

يأتى نموذج التبادل الاجتماعى كتصور مناقض لنموذج العداء ، فهو يقدم تفسيراً أكثر واقعية لعلاقة تبادلية بين الإعلاميين والسياسيين يتوافر فيها الأسباب التى تجعل كل منهما يسعى لدعم الآخر ، رغم وجود التقلبات والتوترات بل وبعض الاختلافات بينهما فى الرؤى تجاه الأحداث ، وهو بذلك يحاول أن يتخطى جوانب الضعف الرئيسية للنموذج السابق .

ووفقاً لهذا النموذج فإن الاتفاق بين الإعلاميين والسياسيين يتوقف على حسابات المكاسب والخسائر بما فيها التأثير على الاحتياجات والمواقف ومصادر الدعم وقابلية تعديل شروط العلاقة من وقت لآخر وفقاً للمقتضيات والضرورات .

وتتمثل جوانب القوة فى هذا النموذج فيما يلى :

أ- قدرته على تقديم المبررات التى تدفع كل من الطرفين إلى التعامل مع الطرف الآخر ، فهو يرى أنه فى حالة وجود حدث ما يتم الإخبار عنه ، فإن كل من الطرفين يجنى فائدة من هذا النشر ، دون أن يطغى طرف على آخر ، أو أن يستغل طرف ما طرفاً آخر .

ب- يفسر النموذج تأثير تقلبات العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين ، حيث يرى أنه عندما يكون هناك تعاون بين الإعلاميين والسياسيين فإن اتساع مساحة الفائدة التى تعود على الطرفين يعد سبباً فى مزيد من التعاون الجديد ، أما إذا حدث صراع بينهما فإنه سيؤدى إلى تناقص التعاون ، مما يؤدى بالتالى إلى انخفاض عائد الفائدة على كل منهما .

ج- يقدم النموذج آلية يمكن من خلالها أن تستمر العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين حتى فى وجود بعض التوترات والخلافات بينهما ، وأن

العلاقة تستطيع تحمل الضغوط نظراً لوجود الفائدة المتبادلة طالما لم ينقطع التعاون ، وهذه الآلية هي جوهر نموذج التبادل الاجتماعي ، وهو ما فشل نموذج العداء في تفسيره ، حيث رأى أن العلاقة هي مسألة خصومة مستمرة بين طرفين دون أن يطرح آلية الاستمرار في ظل وجود هذا الصراع .

وعلى الرغم من وجود هذه المزايا ، فإن هذا النموذج يعاني من نقطتي ضعف تقللان من قوته أولهما : أنه يركز على العلاقات والحسابات الشخصية غير الرسمية بين الإعلاميين والسياسيين ويعطيها أهمية كبيرة ، وثانيهما : عدم قدرة النموذج على تحديد المعايير التي تنظم سلوك العاملين في المؤسسات الإعلامية أو السياسية والتي تحدد المسموح به وغير المسموح به في إطار عملية التبادل الاجتماعي (J.G.Blumler&M.Gurevitch1995:29 – 31) .

٣- نموذج الاعتماد والتكيف :-

The Dependence and Adaptation Model

في إطار هذا النموذج يعد كل من الإعلاميين والسياسيين شركاء في تحقيق أهداف معينة لدى الجمهور المستهدف ، وأحياناً ما يقتسمون بعض الأهداف معاً مثل الرغبة في تحقيق أعلى درجات المصداقية لدى هذا الجمهور ، وهم لا يستطيعون تحقيق ذلك إلا إذا قاموا بتوفير شكل من أشكال التعاون والاعتماد المتبادل بينهما .

هذا النموذج يعني أن كل طرف في حاجة إلى أن يعتمد على الطرف الآخر ، وأن كيف احتياجاته مع احتياجات الطرف الآخر ، فالسياسيون يحتاجون إلى وسائل إعلام تحظى بمصداقية الجماهير ، ولا يستطيع رجال الإعلام القيام بمهامهم بدون أن يسمح لهم السياسيون بالحصول على المعلومات

والأخبار ، وبالتالي فهم فى حاجة دائمة إلى أن يكونوا قريبين منهم بقدر الإمكان كصناع للأحداث ... وبناء على هذا الاعتماد والاحتياج المتبادل فإن كل طرف يقدم للآخر عوامل تزيد من فاعليته ، فوسائل الإعلام توفر للسياسيين إمكانية مواجهة الجمهور من خلال عرض مفعم بالمصداقية والثقة ، بينما يوفر السياسيون لرجال الإعلام المعلومات حول الظروف المحيطة بالأحداث المهمة والتوقعات التى يريد أن يعرفها الجمهور ، والتى تسعى وسائل الإعلام إلى إمداده بها .

إن نفاذ السياسيين من خلال وسائل الإعلام لا يتوقف فقط على الشروط أو المحددات التقليدية الخاصة بالوقت والمساحة ، ولكنه يتوقف أيضاً على مدى تقبل الجمهور لرسائلهم السياسية ، ولذلك فهم مطالبون بأن يكيّفوا هذه الرسائل بما يتلائم مع قيم واحتياجات وسائل الإعلام سعياً للتأثير الجماهيرى ، كما أنه إذا كان لدى السياسيين المعلومات التى يحتاجها الإعلاميون ، فإن التأثير النهائى لا يتوقف فقط على كم المعلومات ، ولكنه يتوقف أيضاً على كيفية تقديمها إعلامياً ... لذا فإن السياسيين يستخدمون المعلومات الاخبارية القيمة المتوافرة لديهم كصفقات تبادلية مع الإعلاميين الذين يحتاجونها ليمارسوا مهامهم ، فى الوقت الذى يحتاج فيه السياسيون إلى الإعلاميين كى يدعموا هذه المعلومات ذات القيمة بمقدمات قوية أو مانشيتات لافتة للانتباه أو عرض يضيف قيمة أكبر على المعلومة المقدمة .

وبالطبع فإن معظم العناصر السابقة فى الاعتماد والتكيف هى عناصر متغيرة ، فالسياسيون يختلفون فى حاجاتهم إلى الإعلام من حدث لآخر ، كما أن اهتمام الإعلاميين يتفاوت فى تغطية بعض الأحداث عن غيرها (J.G. Blumler & M. Gurevitch 1995 : 32-34)

*

*

*

يتضح من العرض السابق أنه من الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين الإعلاميين والسياسيين ، لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها في كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامى القائم ، ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة في إطار الاعتماد المتبادل بينهما في كل الأحوال ، أو التقرير بسيادة تأثير أيهما على الآخر في بعضها ، ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن جوهرها في أغلب الأحيان.

بالإضافة إلى ذلك فإن علاقات التوحد أو الاعتماد والتكيف يمكن أن تفرز فئة ثالثة هي " السياسيون الإعلاميون " أو " الإعلاميون السياسيون " ، خصوصاً أولئك الذين تصل بهم السلطة إلى مراكز متميزة سواء في الحقل السياسى أو الإعلامى ، وهو ما ينعكس على رؤية جمهور المتلقين ، وتقديره لهم مهما كانت خصائصهم أو مهاراتهم ، مما يتطلب حذراً بالغاً للقائم بالاتصال في هذه الحالة وإلا فقد مصداقيته التى تقوم بالدرجة الأولى على الموضوعية بجانب الخبرة ، خاصة عندما يصبح في هذه الحالة رمزاً من رموز النظام، وبالتالي فإن كل ما يوجه للنظام من نقد يوجه إلى القائم بالاتصال أيضاً في هذه الحالة ، خاصة في العالم الثالث الذى يعتمد قادته دائماً على محررين وكتاب يقومون بدور كبير في الترويج لصورة القادة وأفكارهم لدى الجماهير (محمد عبدالحميد ٢٠٠٤ : ١٦٦ - ١٧٠) .