

أخلاقيات مهنة الإعلام في العالم بين النظرية والتطبيق

The ethics of the media profession in the world between theory and practice

أحمد شريف بسام

جامعة يحيى فارس بالمدينة (الجزائر)، bessam.ahmedcherif@univ-medea.dz

تاريخ النشر: 2025/02/26

تاريخ القبول: 2024/11/16

تاريخ الاستلام: 2024/10/23

ملخص:

تعتبر المعايير المهنية والأخلاقية هي السياج الذي يحمي الرسالة الإعلامية من التضليل، وعندما تتلاشى أو تنهار تلك المعايير بفعل الاحتكارات وغيرها من الأسباب، فإن التضليل يحل تدريجياً محل المصادقية والموضوعية، حيث تنشر الوهم كغطية واقعية حقيقية غير متحيزة، حيث تقوم بحذف الحقائق التي تشكل تحدياً للوضع القائم والتقليل من شرعية أية حركات تسعى إلى تغيير الوضع القائم أو إصلاحه، و تهدف الدراسة إلى إبراز قيمة ودور أخلاقيات مهنة الإعلام في العمل الإعلامي، ومدى التداخل بينها وبين العديد من المفاهيم والممارسات التي تدخل في صلب العمل الإعلامي، كالحرية والحياد والموضوعية، بالإضافة إلى عوامل أخرى رئيسية كتدخل السياسية والمال والأيدولوجيا في المنتجات الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة، وقد أحطنا في هذه الدراسة بنماذج وأحداث سياسية دولية كان لها الأثر الكبير في تحديد مسار العلاقة الدولية.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات مهنة الإعلام، الحياد، الموضوعية، الأيدولوجيا، المال السياسي، الأزمات.

Abstract:

Professional and ethical standards are the fence that protects the media message from misinformation, and when those standards dissolve or collapse due to monopolies and other reasons, deception gradually replaces credibility and objectivity, spreading the illusion as a real, unbiased coverage, whereby - during it - it deletes the facts that They constitute a challenge to the status quo and reduce the legitimacy of any movements that seek to change or reform the existing

situation. The study also aims to highlight the value and role of media ethics in media work, and the extent of the overlap between it and the many concepts and practices that fall into the core of media work, such as freedom, neutrality and objectivity, In addition to other major factors such as political, money and ideological interference in the media products broadcast by the various media, and we have been covered in these Studying international political models and events that had a great impact on determining the course of the international relationship.

Keywords: Ethics in the media profession, neutrality, objectivity, Political Money, Crises.

مقدمة

يعد التفكير الأخلاقي أول أساسيات الممارسة الصحفية، فقبل كتابة الخبر أو نشر الصورة، وجب على الصحفي أن يفكر في المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر، فعليه حينها دراسة كل الخيارات المتوفرة لديه، وتعتبر المواثيق الأخلاقية من المبادئ التي يجب أن يتبعها الصحفي، خاصة مع استفحال العديد الممارسة الإعلامية المتجاوزة للأخلاق المهنية التي تضر بالعمل الإعلامي وتشوهه، وهو ما جعلها مثاراً للبحث والنقاش في حقول معرفية متعددة أيضاً؛ وذلك لامتدادات هذه الظاهرة وتأثيراتها في العلاقات بين وسائل الإعلام والمجتمع ومؤسساته المختلفة ثم بين الأفراد والجماعات والدول.

فالممارسة الإعلامية وقت الأزمات والحروب والصراعات تضعف الالتزام بالقواعد الأخلاقية، فما دام الإعلام هو أدوات تحركها جهات أخرى تقف وراءه، نجد أن هذه الأطراف منقسمة، فالإعلام هنا هو السلاح الذي يجب أن يستخدم، من أجل تحقيق نتائج ملموسة على الأرض، وبالتالي يختفي العمل بأخلاقيات الصحافة وقت النزاع، فالأطراف المتنازعة تمارس العمل الإعلامي بشكل مكشوف وواضح، دون خضوعه لأي قواعد أخرى سواء كانت قانونية أو أخلاقية.

فوسائل الإعلام تمارس قدراً من الرقابة والخصوصية على المعلومات التي تقدمها إلى جمهورها، بحيث تريه ما ترغب في أن يراه، فهي لا تحدد للجمهور ما يتلقاه من أحداث فقط، بل كيف يتلقى تلك الأحداث،

وكيف يفهمها، وفي أي إطار يمكن تحليلها، وهنا تسقط وسائل الإعلام في فخ التزييف وتفقد مصداقيتها وبريقها.

فالالتزام بأخلاقيات مهنة الإعلام وخاصة الحيادية في الأخبار أصبح من المفاهيم المعقدة والتي يصعب تطبيقها ويختلف هذا المفهوم في بعض الأحيان تبعاً للخلفية الثقافية أو الأيديولوجية، أو ما يعبر عن برؤية العالم، التي يتبناها الصحفي، وكذلك حسب البيئة التي تعمل فيها مؤسسته، وهناك عدد هائل من الأدبيات التي بحثت في هذا الموضوع، إلا أن الجدل حوله لا يزال مستمراً خاصة في ظل التباينات التي نشهدها في دراسة الممارسات الصحفية على مستوى العالم.

وفي نفس السياق أثبتت العديد من الوقائع والشواهد التاريخية، أن أخلاقيات مهنة الإعلام تكون صالحة فقط في حدود الدولة فقط، لكن عندما ينتقل الموضوع إلى نزاع بين دولة الصحفي أو المؤسسة الإعلامية ودولة أخرى، فتصبح الموضوعية والحياة وهما جوهر أخلاقيات مهنة الإعلام أسطورة وخرافة، وهنا تصبح المؤسسة الإعلامية والصحفي غير ملزمين بتقديم وجهتي نظر الدولتين محل النزاع، فالصحفي ينحاز بطريقة أوتوماتيكية لبلده وإذا قدم أطروحة البلد الخصم يصبح خائناً وغير وطني وغير ملتزم بخدمة وطنه. وهذا ما أكدته الأحداث التاريخية كتعامل الإعلام الفرنسي مع حرب التحرير الجزائرية، أو تغطية الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي، أو حرب الخليج الثانية 1990، واحتلال العراق 2003، الأزمة الخليجية 2017، فمن خلال هذه الأحداث والشواهد التاريخية، يتم الحديث مجدداً حول ضرورة التقيد بأخلاقيات المهنة الإعلام، نظراً لحجم الخلل في جودة الرسالة الإعلامية حينها، وسطوة الانحياز و الأيديولوجية على مختلف مخرجات الممارسة الإعلامية، وعليه نطرح الإشكالية التالية: ما هو واقع تطبيق أخلاقيات مهنة الإعلام في العالم؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات، نذكرها فيما يلي:

- ماذا نعني بأخلاقيات مهنة الإعلام؟
- ما هي حدود المال والأيديولوجيا في ممارسة أخلاقيات مهنة الإعلام؟
- ما هي حدود الحرية والموضوعية في ممارسة أخلاقيات مهنة الإعلام؟

- ما هي أبرز النماذج لتطبيق أخلاقيات مهنة الإعلام في الممارسة الإعلامية.

وتهدف الدراسة إلى إبراز قيمة وأهمية أخلاقيات مهنة الإعلام، نظرا لما تشكله من دعامة أساسية في الممارسة الإعلامية باختلاف اصنافها، خاصة على المستوى، أينت تحظى القصص والأخبار الإعلامية باهتمام الجمهور، وتهدف الدراسة أيضا إلى إبراز أهم المؤثرات الأساسية في تطبيق موانيق أخلاقيات المهنة.

أولا: مدخل الى أخلاقيات مهنة الإعلام

تعد موانيق الأخلاق المهنية مكمله للحقوق والضمانات المكفولة للقائمين بالاتصال، إذ تعكس وتحدد الحقوق والضمانات التي يتعين توفيرها للمجتمع أو للبيئة التي تماس فيها العملية الاتصالية ذاتها، في مواجهة القائمين بالاتصال، ومن ثم تبلور هذه الموانيق المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية لرجال الإعلام حيال المجتمع الذي يعملون فيه (راسم، 2001، صفحة 65).

وهي أيضا منظومة من المبادئ والمعايير لترشيد وتوجيه سلوك الإعلاميين خلال عملهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر، وضمان حرية وكرامة المهنة ونزاهة الصحفيين (الرزاق، 2019، صفحة 91.90).

كما أن موضوع الأخلاق المهنية الإعلامية ليس بجديد وأن لم يكن في الماضي يحظى بالاهتمام الكبير، فهو رافق وإن بمفاهيم بدائية، مهنة الصحافة منذ نشأتها وتطور معها عبر المراحل التي قطعتها في تجارب مختلفة من بلد إلى آخر، لكنه ظهر إلى الواجهة في أوروبا في منتصف السبعينيات بعد إعلان ميونيخ، حيث تحول إلى موضوعة جدلية في أوساط المهنيين، ثم أخذ أبعادا غير مسبوقة في العقدين الأخيرين لا سيما بعد جنوح الصحافة في أخطاء كبرى (جورج، 2009، صفحة 8).

أما بخصوص الدول العربية فهناك العديد من المواثيق الإعلامية واللوائح الإعلامية، أو من خلال ما جاء في مؤتمرات وزراء الإعلام العرب، التي تحدد بموجبها أخلاقيات وسائل الإعلام العربية، ولعل من أهم أخلاقيات الإعلام العربي ما توضحه النقاط التالية:

- لا يجوز نشر أو إذاعة ألفاظ أو تعبيرات سوقية منطوية على مستبدل، أي بعيدة عن الشتم والسب والتجريح للآخرين.
- لا يجوز نشر أو إذاعة ما من شأنه يمس الآداب العامة أو يחדش الحياء بالقول والفعل والأداء.
- لا يجوز نشر أو إذاعة ما من شأنه إشاعة اليأس أو روح الهزيمة للفرد أو المجتمع.
- لا يجوز نشر أو إذاعة الأفكار والثقافة المادية المجردة.
- لا يجوز نشر أو إذاعة ما يمس الأديان والعقائد الدينية.
- لا يجوز نشر أو إذاعة ما من شأنه إثارة الصراعات والأحقاد وإيقاد روح العنصرية والطائفية في المجتمع (زهير، 2019، صفحة 136).
- ويقول كلود جون بيرتران الأستاذ بمعهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس، إن معظم القواعد الأخلاقية لإرشاد الصحفيين تشتمل على العناصر الأساسية الثلاثة التالية:
- القيم الأساسية: احترام الحياة والتضامن الإنساني.
- المحظورات الأساسية: ألا يكذب الصحفي أو يسبب أذى غير ضروري أو ينتحل لنفسه أعمال شخص آخر.

- المبادئ الصحفية: مثل الدقة والنزاهة والاستقلالية وغيره (موسى، 2018، صفحة 393).

و يرى الأكاديمي جون ميريل (John Merrill) أن أخلاقيات الإعلام تهتم بالصحيح والخطأ، الجيد والردىء، الفعل الأفضل والأسوأ الذي يتخذه العاملون في المجال الاعلامي؛ إذ لا يمكن أن تكون الصحافة نفسها أخلاقية أو لا أخلاقية؛ بل الممارسون للعمل الإعلامي (الصحفيون) هم الذين يمكنهم أن يكونوا كذلك، وهذا يعني أن الاهتمام ينصبُّ على المعايير المهنية وأنماط الأفعال التي يتخذها

العاملون في مجال الإعلام، وبذلك تحقق المبادئ الأخلاقية غرضين أساسيين، أولاً: إيجاد نوع من البوصلة الأخلاقية التي تشير إلى مدى الانحراف عن المسار المطلوب والمرغوب في إنتاج قصص صحفية مُتحررة من الضغوط السياسية والتجارية وغير التجارية، وعدم النشر بدافع المحاباة أو طمعاً بالمال، ونشر القصص وفقاً للاستقصاء الحر وتبعاً لأهميتها بذاتها. ثانياً: توفر المبادئ الأخلاقية دليلاً عملياً لإنتاج صحافة آمنة وسليمة وجديرة بالتصديق، والتعامل النزيه والابتعاد عن صراع المصالح والمحاور وتضارب الأجندات السياسية (محمد ا.، 2020، صفحة 5).

فالموضوعية صفة مطلوبة لجميع الصحفيين لدرجة أن المحرر التنفيذي السابق لصحيفة الواشنطن بوست الأمريكية ليوناردو داووبي، رفض تسجيل اسمه في التصويت في الانتخابات تحقيقاً وترسيخاً لمبدأ الموضوعية، غير أن صحفيين كثيرين يقرون الآن بأن الموضوعية التامة مستحيلة لدرجة أن الجمعية الأمريكية للصحفيين المحترفين أسقطت في عام 1996 كلمة موضوعية من مدونة مبادئ السلوك الخاصة بها، لأن الصحفيين بر مثلهم مثل غيرهم وهم يهتمون بعملهم ولهم آراؤهم الخاصة، والادعاء بأنهم موضوعيون كلياً يوحي بعدم وجود قيم لديهم، وقد اتفق الصحفيون الأمريكيون عوضاً عن الموضوعية التي أسقطت من مدونتهم بأن يكونوا واعين لآرائهم الشخصية لكي يتمكنوا من ضبطها وضمان عدم تأثيرها على ما يكتبونه من تقارير إخبارية ومعنى أكثر، أن يكون التقرير الإخباري نفسه غير متحيز ونزيه (موسى، 2018، صفحة 399).

ثانياً: ثنائية المال والسياسية وأخلاقيات مهنة الإعلام

إن الحضارة الإنسانية الآن تعيش جانبا كبيرا من جوانب التحول متمثلا في معاشيتها لثلاث ثورات تتمثل في ثورة الديمقراطية، وثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات، وهذا التحول إنما يفتقر بشكل كبير للعدالة، لأنه يجري لصالح الدول المتقدمة بكل طموحاتها ومصالحها الاستعمارية، حيث أصبحت وسائل الإعلام الجبارة قوية التأثير وأحد أهم مصادر الثقافة، لكنها بنفس الدرجة ساعدت على تفتيت وتزييف الوعي وتشويه العقل، حين وقعت أسيرة الاحتكارات الدولية في ظل العولمة الشرسة، وبالطبع يتفنن النظام الرأسمالي في إخفاء ممارساته في هذا الميدان، إذ أن الأمور تبدو ظاهريا وكأن الإعلام

الحر متاح للجميع، بل إنه يتخذ من هذا المظهر الليبرالي دعامة أساسية لرعايته، ولكن هذا ليس إلا المظهر الخارجي فحسب، بل إن الإعلام عنده لا يعبر إلا عن مصالح فئة واحدة من الناس، وهي الفئة القادرة على أن تمول الإعلام بإعلاناتها، ومن من المعلوم أن الصحف الكبرى ومحطات الإذاعة والتلفزيون، تعتمد كلياً أو بنسبة كبيرة على أموال المعلنين، هذا فضلاً عن أن هذه المؤسسات الإعلامية الكبرى، هي في أغلب الأحيان شركات تسير في أعمالها وفقاً للمنطق الرأسمالي، وبهذا لا يمكن أن تسمح بإعلام يؤدي إلى هدمها، وهكذا يفتقر هذا النظام الرأسمالي بدوره إلى الإعلام الصادق (محمد س.، 2015، صفحة 21.20).

فمنذ الثمانينيات من القرن الماضي زحفت الرأسمالية على مناحي الحياة، ولم يكن الإعلام بمنأى عن هذا التحول، فطغت قيم التنافسية والفعالية والشهوة والوهم على البعد الاجتماعي الذي زعم منظرو الليبرالية أنه جوهر الاقتصاد الرأسمالي فقدت الصحافة وظيفتها الفطرية في الإخبار والتثقيف متأثرة بنهاية الثنائية القطبية، والاتجاه بوحشية نحو اقتصاد السوق، ومس هذا التغيير روح المهنة لصالح قياس متابعة الجمهور، المبيعات، حصة سوق الإعلانات ومزيد من الترفيه. بمعنى آخر أن المؤشر الكمي للربح صار هو الرهان الأساسي للصحافة (محمد أ.، 2021، صفحة 46.45).

ويرى Nair Mc أن الضغوط التجارية قد أجبرت وسائل الإعلام على أن تصبح أكثر إثارة، ولقد جاء روبرت ميردوخ إلى سوق الصحافة البريطانية عام 1969 ليزيد هذا الاتجاه، حيث قدم صيغة للمضمون تقوم على ما يعرف بـ: 3S أي الفضائح والجنس والرياضة Sports, Sex & Scandal، واستخدم هذه الصيغة في جريدة News of the World ثم في جريدة Sun، واستطاع أن يرفع توزيع هاتين الصحفيتين، الأمر الذي إلى قيام وسائل الإعلام الأوروبية والأمريكية بالاتجاه إلى ما يطلق عليه تبليدة الأخبار Tabloidisation of News بمعنى صناعة الأخبار باستخدام أسلوب صحف التابلويد (سمر، 2015، صفحة 116).

وفي نفس السياق يؤكد Milton Friedman وهو اقتصادي أمريكي: أن المسؤولية الاجتماعية الوحيدة لأي مشروع إعلامي هو زيادة أرباحه، ولمزيد من الدقة صرح صاحب صحيفة

Wall Street Journal قائلاً: الصحيفة هي ملكية خاصة غير مدنية بشيء لمستخدميها الذين لا سلطة لهم عليها البتة، لذلك فهي غير معنية بأي شكل من الأشكال بالخدمة العامة (كلود ب.، 2008، صفحة 37).

وقد يكون الإعلام حراً على السطح، لكن جهات التمويل المباشر وغير المباشر تشتت سلفاً على وسيلة الإعلام والعاملين التقيد برغباتها، وواضح على المستوى العالمي أن الإعلام يخدم مصادر النفوذ ولو كان على حساب الفقراء والمساكين والكادحين والمسحوقين، وأن الإعلام أصبح في العقود الأخيرة سيفاً على رقاب الناس لا بأيديهم، وهذا ما بينته العديد من الظواهر والأحداث (الستار، 2015).

فالرأسمالية المعلوماتية حسب الباحث عبد زلوم، قد دمجت بين قوة مال وقوة الإعلام وقوة علوم التسويق للبضائع والسياسيين، وهذه العناصر حسب تسمى: The Three M's لأنها جميعاً تبدأ بحرف M (Money, Media, Marketing)، ليتم تغيير مفهوم المال، حتى أصبح بدوره سلعة من السلع، وصار أيضاً وهماً ونبضة في كمبيوترات البنوك والشركات المالية، وصار غسيل دماغ الجماهير الدعامة الأساسية لهذا الثلاث، فأصبح دور الإعلام طاعياً، مما جعل أصحاب المؤسسات المالية يهرعون لاحتكار أجهزة الإعلام المختلفة، ليتقلص عدد شركاتها الكبرى من 30 إلى 5 خلال آخر عقدين، فعندما زار وفد صحفي من الاتحاد السوفيتي الولايات المتحدة الأمريكية في الثمانينات من القرن الماضي، وقبل مغادرتهم، سأل أحد الضيوف: كيف تستطيع ماكينة الإعلام الأمريكية أن تتحكم لهذه الدرجة، إننا وجدنا الرسالة نفسها، والنص نفسه في سائر أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية ومن مؤسسات الإعلام كافة، وبطريقة لم نستطع نحن في الاتحاد السوفيتي تحقيقها رغم تركز آلة الإعلام بأيدي حزينا، وعليه فالرأسمالية منذ نشأتها عاشت على الأكاذيب والحروب والعبودية واستعباد البر، تديرها فئة قليلة جداً من بارونات المال العالميين، ولقد وظف هؤلاء في خدمتهم الإعلام على مدى سنين، فملكوه وأداروه، من خلال الكذب والشائعات على مختلف وسائل الإعلام (الحي، 2009، صفحة 18.17).

وفي السياق ذاته يدعو بيير بورديو الصحفيين والمؤسسات الإعلامية إلى الكف عن انصياعهم لمنطق السوق، أو الرضوخ لمجموعات صناعية ومالية كبرى، ويقترح عليهم، بدلاً من ذلك، أن يُحلوا دعم

الدولة ومساعدتها لهم محلّ عائدات الإعلانات، غافلاً ، بطرح كهذا، عن أننا لن نقوم إلا باستبدال التبعية للسوق بتبعية للدولة وقد اتّبعنا دراسات كثيرة منحى بورديو بتعبيرها تارة عن استحالة استقلالية الحقل الصحافي بسبب خضوعه للحقلين السياسي والاقتصادي وتارة أخرى بوضع تصنيفات لمستويات صدقيّة الاستقلالية أوردتها بعض الأبحاث بتعبيرات مثل: "الصحافة المستقلة حقيقة" و"الصحافة المستقلة شُبْهة (مهدي، 2019، صفحة 81).

لذ يرى مالكوم اكس: إن وسائل الإعلام هي الكيان الأقوى على وجه الأرض، ويؤكد أيضاً: إذا لم تكن فطنا فإن وسائل الإعلام ستجعلك تكره الضحية وتحب الجالاد، وهذه العبارة صور لنا مالكوم اكس مقدرة وسائل الإعلام على خداع الجماهير وتزييف وعيها الجماعي عبر تبديل الحقائق، فيصبح الحق باطلاً والباطل حقاً، وهي عمليات التزييف والخداع التي زادت طردياً مع استسهال تلقي المعلومة وبشكل متسارع، مع تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام وتطورها بشكل كبير وسط حالة الانفجار المعلوماتي والتقدم التكنولوجي الهائل التي نعيشها في الآونة الأخيرة (الطعاني، 2020، صفحة 93.92).

فعلى المسيطر على الوسائل الإعلامية، أن يفصل بحزم بين مصالحه الصحفية ومصلحه التجارية، فلا يجوز له حجب أخبار معينة ولا أن يولي غيرها أهمية لا تستحقها لهدف سياسي أو دعائي، أو ديمagogي، أو للدفاع عن مصالح جماعته أو مصالح أوساط الأعمال بصورة عامة (كلود ب.، 2008، صفحة 66).

أما عن تأثير السياسة على أداء وسائل الإعلام ومدى التزامها بمعايير أخلاق المهنة، فلا بد أولاً من توصيف العلاقة بين النظامين السياسي والإعلامي بأنها علاقة تأثير متبادل، فحجم التأثير يختلف بين الطرفين وفق طبيعة العلاقة بينهما، ووفق شكل النظام السياسي ودرجة الديمقراطية التي يتمتع بها، ودرجة الحرية السياسية التي يتمتع بها الإعلام في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية، ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات وآراء وسائل الإعلام تجاه القضايا، وتجاه الأداء الحكومي لتلك القضايا.

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً هاماً في خدمة السياسة، وذلك لتأكيد شرعية الحكومات أو لدعم قوى وتأمين مصالح جماعات مختلفة سواء اقتصادية أو سياسية أو دينية أو اجتماعية، ويختلف دور

الصحافة من دولة إلى أخرى، حسب مستوى الحرية وديمقراطية الدولة وباختلاف سياسة الأنظمة الحاكمة في تلك الدول، واختلاف أوضاعها ومكانتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية وما تتمتع به من حرية واستقلالية وما تسعى إليه من تحقيق لأهدافها وغاياتها.

وقد حاولت السلطات السياسية إخضاع الصحافة لها والسيطرة عليها، إلا أن الأنظمة السياسية التي تبني الديمقراطية والحرية الإعلامية لم تستطع حكوماتها أن تفرض سيطرتها على الصحافة، بينما استطاعت الحكومات غير الديمقراطية السيطرة على الصحافة وتوجيهها حسب رؤية الحكومة، وفرض إرادة السلطة على الصحافة في عدم الخروج عن المسار الذي رسمته الحكومة، وبالتالي التأثير في توجهات القراء وترتيب أولويات القضايا لديهم والتي تبناها الحكومات وتسعى إلى تبنيها من قبل الجمهور (أحمد، 2015، صفحة 51)

ثالثا: الممارسة الإعلامية بين حدود المهنية والحرية

ترتكز مهنة الإعلام بالدرجة الأولى على الدقة في نقل الخبر والسلوك المسؤول تجاهه، ويمكن القول إن الإعلام أيضا فن وصناعة واستخدام الوسائل والأدوات السمعية، المرئية والمكتوبة، الناقلة للجمهور المتلقي في الفضاء المعلوماتي أو ما يشكل شبكة الاتصال بين البشر في المجتمع الإنساني. وقبل أكثر من نصف قرن، وبالضبط في عام 1925، وضعت لجنة حرية الإعلام التابعة للمجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة، عهد الشرف الدولي للصحافيين، ليكون قانونا للسلوك المهني لكل فرد مكلف بتحرير ونقل وإذاعة الأنباء وبث المعلومات والتعقب عليها.

لكن وسائل الإعلام عموما لا يلتزم كليا بهذه المواثيق، فالمؤسسات الإعلامية، عادة ما تكون منحازة إلى طرف سياسي (حكومي أو خاص)، أو خاضعة لسلطة مالية ما، وكثيرا ما يقع الصحفيون في فخ الانحياز عمدا أو عن غير قصد، خاصة في تغطية الحروب، والأمثلة عن ذلك كثيرة في تغطيات وسائل الإعلام الغربية والعربية لأحداث 11 سبتمبر وحربي أفغانستان والعراق، وصعود الإسلام السياسي... الخ (منذر، 2011، صفحة 56)

وقد اختبر وانج Wang تأثير أربعة عوامل على الاختلافات في التغطية الإعلامية في ست دول تضم أمريكا والاتحاد السوفيتي وفرنسا وفيتنام وهونج كونج والصين فيما يتعلق بحادث مظاهرات الطلاب الصينيين عام 1989، وشملت هذه العوامل الأيديولوجية السياسية والعلاقات الدبلوماسية والصلات الثقافية والقرب الجغرافي، وخلص إلى أن الأيديولوجية السياسية والعلاقات الدبلوماسية تلعبان دوراً هاماً في اتجاه التغطية الإعلامية، وأن الصلات الثقافية لا تسفر بالضرورة عن تغطية إخبارية إيجابية، فحين وصفت وسائل الإعلام الصادرة في الدول الرأسمالية الحادث بأنه مذبحة وحشية ودموية، ووصفت مسؤولي الحكومة الصينية بأنهم سفاكون للدماء، من الجانب الآخر وصفت الوسائل الإعلامية الصادرة من الدول الاشتراكية الحادث بأنه مجرد صدام. ووصفت الأحداث بأنها عملية مسلحة وعبرت عن شعورها بالأسف من الحادث. ومن ثم أضفت قدراً من الشرعية على قرار الحكومة الصينية باستخدام القوة، ويتضح من ذلك أن الأيديولوجية السياسية كانت مؤشراً قوياً وعاملاً هاماً في التأثير على التغطية الإعلامية للأحداث الخارجية (وهيب، 2009، صفحة 60.59).

ومن جانب آخر اهتم باحثون عديدون بعمليات التلاعب بالرأي العام، ليس فقط من قبل الأنظمة السلطوية، وإنما أيضاً من قبل حكومات الدول الديمقراطية بتواطؤ مع المؤسسات الصحفية. ذلك شأن كتاب ذوي نظرة نقدية تجاه السياسات الغربية والأميركية بوجه خاص: نعوم تشومسكي، ريمي ريفيل، سيرج حليمي... وجميعهم انتقدوا الدعاية الأميركية والتوظيفات التي تصب باتجاه دفع الرأي العام نحو الانحياز إلى تدخلات عسكرية في الخارج كما بين تشومسكي وماكيسي بخصوص حربي فيتنام والعراق، بينما فضح سيرج حليمي ودومينيك فيدال دور وسائل الإعلام في تبرير التدخلات الغربية. بالنسبة لهما، فإن هذه الوسائل ضللت الرأي العام في معالجة مختلف النزاعات عبر العالم خلال العقود الأخيرة. وتطابقها مع مواقف السلطات الفرنسية تأكيد لهذا التواطؤ (نزار، 2021).

إن هبوط الإعلام إلى مستوى خداع الناس يشمل العالم الغربي أيضاً وليس العالم العربي، لأن وسائل الإعلام الغربية متأثرة فكرياً وثقافياً بجهات معينة، وقادرة على الاستمرار في البث أو الطباعة بمساعدة تجارة الإعلانات التي يمارسها الإعلاميون مع الشركات الرأسمالية الكبرى. وهذه وسائل ذات

مواقف سياسية واجتماعية وثقافية تؤثر بصورة خطيرة على موضوعيتها ورغبتها في نقل الصورة كما هي إلى عموم الناس، فالإعلام الغربي في أغلبه يتبنى مواقف مسبقة تجاه العديد من القضايا، مثل القضية الفلسطينية، احتلال العراق، وتحرير الإنسان والفكر الإسلامي، وغالبا ما تكون منحازة (الستار، 2015).

وفي نفس الصدد يقول روبرت ويكس أستاذ الإعلام في جامعة أركنساس الأمريكية في كتابه فهم جمهور الإعلام (2001): إن الإعلاميين يبنون رسائلهم على ثقافتهم ومعتقداتهم ومواقفهم، ورسائلهم الإعلامية هي انعكاس لمواقف مسبقة قد تؤثر على بناء الرسالة الإعلامية ومضمونها، وأن المؤسسات الإعلامية تؤثر أيضا في بناء الرسالة الإعلامية وتوجهاتها (صالح، 2012، صفحة 122)

وقد أشار David Shaw أحد كتاب صحيفة Los Angeles Times قائلا: لقد ظلت الصحافة لأعوام عديدة تمثل مؤسسة رقابية لنقد المؤسسات الأخرى في المجتمع، وقد فعلت ذلك مع كل المؤسسات ما عدا مؤسسة الصحافة ذاتها (سمر، 2015، صفحة 126).

فالحيدة في الأخبار مفهوم معقد يصعب تطبيقه بإطلاق في التقارير الإخبارية العالمية ويختلف هذا المفهوم في بعض الأحيان تبعا للخلفية الثقافية أو الأيديولوجية، أو ما يعبر عن برؤية العالم، التي يتبناها الصحفي، وكذلك حسب البيئة التي تعمل فيها مؤسسته، هناك عدد هائل من الأدبيات التي بحثت في هذا الموضوع، إلا أن الجدل حوله لا يزال مستمرا خاصة في ظل التباينات التي نشهدها في دراسة الممارسات الصحفية على مستوى العالم، فمسئولو bbc حسب روبن مارش (Robin Marsh) المحرر السابق لبرنامج bbc الإذاعي (العالم نهاية هذا الأسبوع): لم يفهموا معنى الحيادية بشكل تام ووجدوا أنه من الصعب تطبيق هذا المفهوم على صعيد على صعيد الممارسة، فلا عجب إذن في وجود اختلافات شديدة في بعض الأحيان بين التقارير الإخبارية التي تبثها المؤسسات الإعلامية حول حدث بعينه، فتغطية العديد من الأحداث والصراعات العالمية، يمكن أن تشكل فيه نقطة اختلاف بين مختلف المؤسسات، ذلك أن ثقافة التغطية الإخبارية، تختلف من بلد إلى آخر، تبعا للثقافة الإخبارية والسياسة التحريرية التي تحدد الإطار الفكري للصحفيين، مع ذلك وبالرغم من هذا التباين في التغطية الإخبارية بين مختلف القنوات،

فإن قيما مثل الحيادية على اختلاف توصيفاتها وتعريفاتها، يمكن أن تشكل معايير واضحة تميز الصحافة الجادة عن الضجيج الذي تملأه مواقع الإنترنت (جمال و آخرون، 2016، صفحة 70). وفي عالمنا العربي هناك عجز للمؤسسات الإعلامية في أداء دورها في صناعة الرأي وتحليل الأحداث والنقل الفوري والموضوعي للوقائع والمواقف مرّده إلى أن هذا الإعلام مازال منقسما بين خطابين منعزلين ومتباعدين هما:

الأول: خطاب حكومي رسمي نمطي مثقل بهاجس الخوف من الرأي الآخر ومسكون بعقدة التبرير والدفاع عن سياسة الحاكم والحكومة ومكبّل بجملة من القوانين والممنوعات الرقابية.

الثاني: خطاب إعلامي معارض متواضع الإمكانيات المادية والتقنية، ولكنه يتسم بقدرة عالية على النقد والاتجاه إلى تصحيح الأوضاع، من دون أن يعرض برّحاً بديلاً ويكسب تأثير وقوة وجماعات الضغط لصالحه، الاستثناءات القليلة في هذا الإطار تكمن في بعض النماذج المعارضة بعدد من الدول العربية التي تتمتع بنوع من حرية التعبير، في تناول الشأن الحكومي والحياة البرلمانية، والفساد، والأداء الحكومي ومشكلات الواقع الاجتماعي والاقتصادي (يخلف، 2012، صفحة 12).

رابعا: أخلاقيات المهنة في ميزان الحروب والأزمات

نحاول في هذه الدراسة تقديم مجموعة من النماذج التطبيقية، والتي كان لها الأثر الكبير إعادة الحديث مجددا عن مدى تطبيق أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية سواء على المستوى العالمي أو العربي، وجاء اختيارنا لحرب الخليج الثانية 1990، واحتلال العراق سنة 2003، بالإضافة الى الأزمة الخليجية 2017، والي شهدت تغطية إعلامية كبيرة، وشهدت إقبالا كبيرا لدى المتلقي، لما شكله حجم التغطية الإعلامية وطريقة التعاطي مع هذه الأحداث، والتي أسالت الحبر بشكل كبير من حيث التزام وسائل الإعلام الدولية بمعايير وأخلاقيات المهنة الإعلامية، فبالرغم من حجم هذه الأحداث على مستوى العلاقات الدولية، إلا أن طريقة التعاطي الإعلامي مع هذه الأحداث، شكل هو الآخر حدثا بارزا لا يقل عن أهمية عن الحدث نفسه.

1. حرب الخليج الثانية 1990

يعتقد البعض بأن المعوقات الفعلية التي وقفت حائلا رئيسا أمام الوسيلة الإعلامية من أداء وظيفتها الإعلامية بمصدقية واحترافية خلال فترات التأزم والصراع تعلقت أساسا بطبيعة الارتباط بين ما هو إعلامي وما هو فكري أيديولوجي سواء ما تشكل منه في مشروع تعبوي دعائي يهدف إلى شحن وتحريك الجماهير للوقوف في وجه من يثيرون الأزمات الداخلية والخارجية خاصة منها التي تستهدف أمن الدولة ومصالحها القومية، أو ظهر في صورة مشروع براغماتي نفعي ينظر إلى المادة الإعلامية بمنظار السلعة المعلبة القابلة للتسويق، يرى البعض الآخر أن حصر هذه العلاقة في هذا الحيز المغلق فيه كثير من التبسيط، على اعتبار أن الأزمة في كثير من الأحيان لا تكتسي حلة بعينها ولا يعرف لها لون ولا رائحة.

وسواء اختلفنا أم لم نختلف حول نسبة تواجد البعد الأيديولوجي وتأثيره في العمل الإعلامي وحتى طبيعته، فإن ما لا يمكن الاختلاف حوله هو حضور هذا البعد أو غيابه نهائيا، فالأزمة بحكم طبيعتها تضع الوسيلة الإعلامية في كثير من الأحيان أمام خيارات صعبة تجعل من الحيادية شيئا نسبيا إن لم نقل ضربا من الخيال، بل وتحصرها في حيز ضيق تصبح المناورة فيه شيئا مستحيلا، فهي من جهة حبيسة سياستها التحريرية المتطبعة في كثير من الأحيان بالخلفية السياسية الإيديولوجية التي تفرض نمطا معيناً من التعامل مع الأحداث، و هي من جهة أخرى مطالبة بتحقيق ذاتها وكسب ثقة جمهورها التواق إلى معرفة الحقائق بعيدا عن لغة التهويل والتهوين (فيصل، 2007، صفحة 335.336).

وقد تحول حضور وسائل الإعلام في حرب الخليج الثانية 1990 إلى حضور استعراضي بدل حضورهم الفاعل، مما أثار المسؤولية الجماعية للصحفيين في الإعلام وإدارة الأزمات، وانحسر معظم الخطاب الأمريكي، في نطاق استراتيجية الإدارة الأمريكية التي رسمت لوسائل الإعلام إطار تتحرك ضمنه، لخدمة أهدافها وتوجهاتها، وساعدت الإجراءات الرقابية التي خططها ونفذها العسكريون الأمريكيون بإتقان، في سابقة هي الأولى من نوعها في تاريخ الحروب، في إحكام السيطرة على وسائل الإعلام الأمريكية والغربية، وأمركة خطابها بشكل جعل هذه الوسائل، تنخرط بطريقة إرادية ولا إرادية في إدارة الأزمة لصالح قوات التحالف (لمجد، 2013، صفحة 162.163).

وفي نفس السياق، كتب المفكر الفرنسي جان بودريار بعد انتهاء حرب الخليج الثانية مقالة حملت عنوان « حرب الخليج لم تقع » أكد فيها أن هذه الحرب لم تقع، بل شاهد الناس منها نسخة تلفزيونية مصورة وكان يقصد بذلك، بحسب عالم الاجتماع غيدنز (Giddens) أن هذه الحرب بين الرئيس بوش الأب والرئيس صدام حسين، لم تكن مثل الحروب الأخرى في التاريخ. لقد كانت حرباً تدور على النحو الذي صورتها به وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة، لقد كانت ببساطة مشهداً استعراضياً تلفازياً، وكان زعيماً القوتين المتناحرتين آنذاك، ومعهما عشرات الملايين من المشاهدين، يتعرفون من خلال «عالم الواقع المفرط» Hyper Reality الذي يعرض لهم على ما يحدث في الواقع الحقيقي الفعلي»، والفكرة هنا أن وسائل الإعلام، وهي تنتقل بنا من مشهد حرب إلى آخر، تحدد نمط استهلاكنا لأخبار الحرب، وتساهم في تشكيل رؤيتنا ومعرفتنا عن هذه الحرب أو تلك الأزمة، وهندسة انطباعاتنا وأحكامنا على ملابساتها وأطرافها، طبقاً للإطار الإعلامي الذي أريد لها أن تندرج ضمنه وتروج من خلاله (شهيرة، 2014، صفحة 95).

وقد لعبت قناة CNN دوراً بارزاً في حرب الخليج الثانية، خاصة فيما تعلق بصناعة الخبر إلى العراق من أجل التأثير على معنويات أصحاب القرار السياسي، ببث الأخبار المضخمة، وبث روح اليأس في نفوس مشاهديها، وتمريرها المعلومات الخاطئة والمضللة، بقصد تحويل الانتباه والحصول على معلومات استخباراتية لصالح المخطط الأمريكي، ويقول جون سنونو John Sununu رئيس موظفي البيت الأبيض الأمريكي في إدارة الرئيس الأمريكي الأسبق جورج بوش إبان حرب الخليج الثانية: إننا لسنا في حاجة إلى CIA مادام لدينا CNN، ويقول بطرس بطرس غالي في نفس السياق الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة: لعله لم يعد خافياً عن أحد، بأن صور قناة CNN أصبحت أكثر نفوذاً على قرار أي رئيس أمريكي من مذكرات وزراء خارجيته ومستشاريه، وذكرت مادلين أولبرايت Madeleine Albright وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة أن: عدد أعضاء مجلس الأمن ستة عشر عضواً، منهم خمسة دائمين وعشرة يتممون إلى الجمعية العامة، والعضو السادس عشر هو محطة CNN (مصطفى، 2016، صفحة 89).

إن إمكانية اعتبار (مخالفة الواقع) معيار وحيدا لتوكيد المدى الذي يمكن أن تمارسه (السياسية) في التأثير على الرسالة الإعلامية لا يمكن القول بحتميتها، إذ قد يذهب الإعلام في المخاطرة بصدقته وموضوعيته إلى مدى أبعد مما هو مطلوب من الفعل السياسي، وبمعنى آخر فليس هناك استقلالية (أخلاقية) مجردة توظيف المعايير المهنية بكل أمانة وثقة، وحتى لو اعتمدنا على (الضمير) بالمعنى الأخلاقي، فإن عمليات السوق عبر الشراء والبيع للمواقف، ستحول دون المحافظة على الواجب الأخلاقي بشكل نقي وموضوعي، فقد أكدت الأحداث أن كل المعايير والضوابط التي تتفاخر بها وسائل الإعلام، تتداعى مرة واحدة أمام إغراء الظفر بالسبق الإعلامي أو التفرد الخبري، فقطت سقطت شبكة CNN في هوة عميقة مرة أخرى، وهذا عندما بثت على الهواء صورة لطائر وهو يشرف على النفوق وعلى ريشه آثار الزيت التي تم الإيحاء بأنها من الزيت المسكوب في مياه الخليج العربي عام 1991، ولكن التضليل الذي حاولت القناة أن تمارسه على المشاهدين لم ينطل، إذ اتصل بها عدد من المشاهدين للقول بأن الطائر الذي عرضه القناة ليس من طيور صحراء الجزيرة العربية شديد الحرارة، ولكنه من طيور ألاسكا التي تغطيها الثلوج، وقد نفق بسبب تسرب نفطي من قبل ناقلة تابعة لشركة ESSO الأمريكية في ألاسكا وليس نتيجة أعمال العراقيين (صباح، 2010، صفحة 123.124)

وفي مثال آخر عن بعد قناة CNN عن أخلاقيات المهنة، فبعد أن ناقض مراسل قناة CNN في بغداد Peter Arnet رواية البنتاغون Pentagon مؤكداً لأنه لم تكن ثمة أي دلائل على أن مصنع الحليب العراقي الذي استهدفته الطائرات الأمريكية كان مشتملا أية تسهيلات لإنتاج الأسلحة، تم إسكات المراسل، وأرسلت إدارة القناة بدلا عنه الصحفي Christian Amanpour إلى بغداد، وبدأت بإرسال تقاريرها بما يتماشى مع أجندة وقوانين الرأسمالية المعلوماتية ومؤسساتها وبذلك أصبحت من أصحاب الشهرة والمال (الحبي، 2009، صفحة 311).

والأمر لا يقتصر على قناة واحدة بل على العديد من وسائل الإعلام الأمريكية والتي أصبحت بمثابة الناطق الرسمي باسم الحكومة الأمريكية، مما مكنها من تضليل الرأي العام الأمريكي حول الأهداف الكلية للمعركة، لذلك تمكنت القوات الأمريكية من احتكار المعلومات حول الحرب، وتحويل الحقائق إلى

أكاذيب، والأكاذيب إلى حقائق للحرب، وكذلك إقناع الشعب الأمريكي بأن الحرب على العراق عادلة، وحتمية استخدام أسلوب التهيب من العراق، وأنه يمثل محورا للشر والإرهاب (خليل، 2013، صفحة 347)

فالحديث عن حيادية الإعلام الأمريكي واستقلاليتته، يواجه نقدا عاليا من قبل اختصاصيي الإعلام والمراقبين، فالبعض منهم يعتبر وسائل الإعلام الأمريكية المهيمنة هي نفسها أعضاء في مؤسسة النخبة والأعمال. ويؤكد ادوارد هيرمان أن وسائل الإعلام تشكل في الواقع الذراع الداعم للنخبة المسيطرة. وتناقش القضايا وتستعرضها ضمن إطار مرجعي مقبول وابتغاء للدقة في فهم العلاقة بين التغطية الإعلامية والسياسة الخارجية الأمريكية لا بد من الإشارة إلى أن وسائل الإعلام الأمريكية تجد أن دعم سياسة الحكومة الخارجية كون أكثر يسرا إذا كانت هذه السياسة منسجمة مع القيم الثقافية الأمريكية الرأسمالية العلمانية والليبرالية، هنا تتداخل المصالح الوطنية بالقيم الثقافية ويسهل على وسائل الإعلام لعب دور صناعة القبول اعتمادا على المبرر الأخلاقي لتوجيه السياسة الخارجية (وهيب، 2009، صفحة 75).

2. احتلال العراق 2003

أما بالنسبة لاحتلال الولايات المتحدة الأمريكية للعراق سنة 2003، فالتوجه الإعلامي للمؤسسات الإعلامية الكبرى لم يختلف عن حرب الخليج الثانية 1990، لذلك طرحت Amy Goodman سؤالها حول التغطية الصحفية الأمريكية لغزو العراق 2003 مستنكرة لو كان لدينا إعلام تديره الدولة في الولايات المتحدة الأمريكية، فهل كنا سنجد أي اختلاف؟، فحسبها أضحت الدعاية الإعلامية الواردة من الجهات الحكومية منتشرة في وسائل الإعلام الرئيسية؛ بدءاً من اختيار صحفيين من أجل كتابة مقالات تمجيدية ومرورا باعتماد مراسلين وهميين، وانتهاءً بعرض تقارير متملقة للسلطة يرسلها المراسلون المرافقون للقوات الأمريكية في العراق؛ إذن، أين هو الإعلام المستقل (هيدر و جون، 2017، صفحة 93).

وصرح حينها إدموند غريب أستاذ دراسات الشرق الأوسط بالجامعة الأمريكية في واشنطن: "لقد تحولت تلك التغطية إلى خليط من التهليل والتعبير عن مساندة القوات الأمريكية بوزع من المشاعر الوطنية على

حساب الموضوعية والمهنية الصحفية في كثير من الأحيان، واستغلال الحكومة الأمريكية لتلك المشاعر في التلاعب والتأثير على تغطيات شبكات التلفزيون مع ظهور استعداد من تلك الشبكات لتقبل هذا التأثير الحكومي، فحسبه أن أسلوب إلحاق مئات المراسلين الصحفيين بوحدات القوات الأمريكية في العراق، يهدف إلى تركيز الصور التي تعرضها شبكات التلفزيون الأمريكية على مشاهد القصف والتدمير، والقوة العسكرية الهائلة والقدرة الفائقة للأسلحة الذكية على إصابة أهدافها بدقة، بينما أصبح من النادر أن تعرض تلك الشبكات صور الضحايا من المدنيين العراقيين أو المعاناة البشرية للشعب العراقي من جراء الحرب، ففي التقرير الذي نشرته منظمة "صحفيون بلا حدود"، والذي اتهمت فيه قوات التحالف الأمريكي البريطاني بإظهار عدم احترامها لعمل المراسلين الصحفيين المستقلين، الذين لم يقبلوا الالتحاق بالوحدات العسكرية وفضلوا العمل بشكل مستقل (محمد م.، 2003)

وطبقاً لما نشره لروبرت فينسك في الاندبندنت بتاريخ: 2003/2/25، فقد وصلت سيطرة وزارة الدفاع على الإعلام بأن شبكات CNN وCBA وAB وصحيفة نيويورك تايمز قد وافقت على تواجد مسئولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة أخبار تلك الشبكات في ولاية أتلانتا للموافقة على مسودة تقارير المراسلين قبل إذاعتها أو نشرها (وهيب، 2009، صفحة 114)

وانطلاقاً مما سبق نجد أن جانز حدد أهم القيم التي يطبقها الصحفيون الأمريكيون، وهي (المركزية العرقية الأمريكية)، وتعني عرض التفسير الأمريكي للحدث، وقد استخدم بعض الباحثين هذا المصطلح لوصف الحالة التي تجعل الصحفي يميل إلى وضع نمط المعيشة الأمريكي فوق كل شيء، حتى في حالة تغطية الأخبار الأجنبية، فإن أخبار أية دولة يتم تقييمها وفق المعيار الأمريكي.

كما خلص أندرسون وقبلة كاري، إلى أن القيم الثقافية والأيديولوجية تعمل في لاوعي الصحفيين كمصفيات عند إنتاج المحتوى الإخباري الذي قد يبدو موضوعياً، ولكنه في الوقت نفسه يشجع هوية الجماعة المسيطرة، ووفقاً لكل من بنيت، زيلر، تشو، ماكرنتي، فإن العرقية الخفية تظهر أكثر في سياق تغطية الأخبار الدولية، وبصفة خاصة في أوقات الأزمات (سمر، 2015، صفحة 122).

3. الأزمة الخليجية 2017

تعتبر الأزمة الخليجية بين قطر والدول الثلاث (السعودية، الإمارات، البحرين) حلقة ضمن سلسلة طويلة من الاضطرابات والتداعيات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة في جميع أنحاء المنطقة، فأزمة الخليج التي تصاعدت لتصبح أزمة دبلوماسية واقتصادية كاملة لحصار قطر، هي أولا وقبل كل شيء نتاج التوترات المتصاعدة بين الأطراف والتي نشأت عن اختلافات واضحة في السياسية الاقتصادية والخارجية القطرية والسعودية في وقت يشهد اضطرابات اجتماعية واقتصادية وسياسية تسعى لتشكيل مستقبل الشرق الأوسط (محفوظ، 2019، صفحة 51).

وانطلقت الأزمة الخليجية بعد يومين فقط من القمة العربية - الإسلامية - الأمريكية التي عقدت في الرياض يومي 20 و 21 أيار/ مايو 2017، وحضرها الرئيس الأمريكي إلى جانب نحو 50 من الدول العربية والإسلامية، وكان هدفها المعلن مواجهة الإرهاب واحتواء إيران، ففي ليلة 24 أيار/ مايو جرى اختراق وكالة الأنباء القطرية، ونشرت تصريحات مختلفة منسوبة إلى أمير دولة قطر الشيخ تميم بن حمد آل ثاني خلال حفل تخريج طلاب إحدى الكليات العسكرية، واتخذت ذريعة لإطلاق الأزمة، أي أنه في غياب سبب للأزمة جرى اختلاق سبب عن سبق الإصرار، وإثر ذلك حملة إعلامية غير مسبقة استهدفت قطر، وبلغت ذروتها بإعلان ثلاث دول خليجية وهي: المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة، ومملكة البحرين، إلى جانب مصر إلى قطع العلاقات الدبلوماسية مع قطر، وذلك في 5 يونيو 2017، وتضمنت الإجراءات أيضا إغلاق المنافذ البرية والبحرية والجوية معا، ومنع العبور في أراضيها وأجوائها ومياهها الإقليمية، ومنع مواطنيها من السفر إلى قطر، وإمهال المقيمين والزائرين من مواطنيها فترة محددة لمغادرتها، وكانت هذه الإجراءات غير مسبقة في التعامل بين دول الخليج، أو بينها وبين دولة أخرى، حتى في أشد الأزمات (السياسية، حصار قطر: سياقات استمرار الأزمة وأفق حلها، 2020)

ورافق قد العلاقات الدبلوماسية حملات إعلامية مبرمجة ومعدة مسبقا، الأمر الذي صدم الدوحة الرسمية والشعبية هو المضمون الإعلامي الذي روجه سياسيون وإعلاميون وكتاب على شاشات

قنوات فضائية ممولة من السعودية والإمارات، وقد غابت عنه المهنية وغرق في التلفيق والكذب ومس حرمت البلاد والعباد في قطر (نواف، 2017، صفحة 8).

وفي ندوة حوارية نظمها مركز الجزيرة للدراسات وقناة الجزيرة مباشر، بتاريخ 2020/06/16، عن التدايعات الاستراتيجية بعيدة المدى لحصار قطر، المستمر منذ العام 2017، أشارت الإعلامية القطرية، إلهام بدر، وهي تسلط الضوء على دور الإعلام في الأزمة الخليجية، إلى أن هذه الأزمة بدأت جذورها في وسائل الإعلام قبل أن تبدأ على المستويات السياسية والاقتصادية وكادت تصل إلى العسكرية. وأوضحت أنه بعد قرصنة وكالة الأنباء القطرية اتضحت معالم الاستراتيجية الإعلامية لدول الحصار، وأنها تقوم على شيطنة قطر، ووسمها بالإرهاب وبشتى أنواع الأكاذيب والافتراءات، وقد استخدمت في ذلك كل الأدوات من: وسائل تواصل اجتماعي، إلى المسلسل التلفزيوني والأغنية واللعن، للتأيل من كل الرموز القطرية.

وأكدت ايضا بأن قطر في المقابل اتبعت استراتيجية إعلامية تقوم على المهنية، والابتعاد عن الانجرار نحو الإسفاف والابتذال، وتبيان الحقائق، والمحافظة على القيم العربية والإسلامية والخليجية والعلاقات الأخوية بين الشعوب، ولهذا فإن استراتيجيتها الإعلامية قد نجحت بينما فشل الآخرون في تحقيق أهدافهم (للدراستات، 2020).

وقد أوحى الحملة الإعلامية ضد قطر في مضمونها وطريقة توجيهها أنها مبرمجة مسبقا، وأن التصريحات المنسوبة لأمير قطر في الموقع المقرصن، لا تعدو كونها ذريعة لإطلاقها، وسعت الاستراتيجية الإعلامية للدول الأربع لتحقيق مجموعة أهداف وهي أولا: تهينة الرأي العام في الدول الأربع لتقبل خطوات تصعيدية ضد الدوحة من غير أسباب مقنعة، وثانيا: زرع الشك والخوف لدى الشعب القطري بحكم الآثار الاقتصادية والاجتماعية المترتبة على الخطوات التصعيدية، وثالثا: شيطنة قطر على المستوى العربي والدولي (السياسية، عام على الأزمة الخليجية: كيف نجحت قطر في هزيمة الحصار؟، 2018، صفحة 12).

بيد أن الحملة الإعلامية ضد قطر وأميرها لم تتوقف، وما بدأتها قناتا العربية وسكاي نيوز العربية سرعان ما تم تبنيّه من كافة وسائل الإعلام الإماراتية والسعودية، بما في ذلك صحف ومحطات تلفزة حكومية وشبه حكومية في الليلة نفسها، تعرض حساب وزير الخارجية القطري على تويتر للقرصنة، ونشر القرصنة عليه أنباء حول قرارات قَطْرِيّة بقطع العلاقات مع السعودية والإمارات ومصر، وعليه فإنه ليس ثمة وسيلة إعلام واحدة بين تلك التي شاركت في الحملة ضد قطر نشرت البيان الرسمي القطري، الذي نفى نسبة التصريحات لأمير قطر أو التصريحات المدّعاة اللاحقة لوزير خارجيته، وقد بدا أن الحملة الإعلامية كانت مخططة مسبقا، وأن القائمين عليها كانوا ينتظرون وقوع علمية القرصنة لوكالة الأنباء القطرية لإطلاقه (مؤلفين، حصار قطر، سياقات الأزمة الخليجية وتداعياتها، 2017، صفحة 25).

وفي سياق آخر شكل انتشار الأخبار المزيفة عبر وسائل الإعلام دول الأزمة الخليجية، تحديا هاما ومقلقا بالنسبة للمجتمع الخليجي والعربي، ومختلف المراقبين للمشهد الإعلامي، لا سيما في ظل استخدام شبكة الإنترنت، الأمر الذي أمن مكانا لمروجي الشائعات والأخبار الكاذبة.

ولم يقتصر انتشار الأخبار الكاذبة المرتبة بالأزمة الخليجية الراهنة على مواقع التواصل الاجتماعي فحسب، بل امتد الأمر إلى وسائل الإعلام الرسمية من صحافة مكتوبة وقنوات محلية وفضائية سقطت في مستنقع ترويج أخبار دون أن تتأكد تلك الوسائل من صحة المعلومات من مصادرها الرسمية، وعلى خلفية هذه الأزمة، تنوعت المواضيع التي تناولتها وسائل الإعلام السعودية والإماراتية والبحرينية، بين قضايا اجتماعية وسياسية وأمنية، لم تخل من طابع الإثارة والتضليل (مؤلفين، إعلام الأزمة الخليجية، الأخبار المزيفة، 2017، صفحة 3).

وتمثل الفبركة الإعلامية أحد تمظهرات الدعاية، حيث تصطنع وسيلة خبرا أو واقعة لم تحدث، وتحاول أن تلبسها ثوب الواقع، ترويجا لأطرها (الكذب)، وأجندتها السياسية، من أجل إحداث التأثير المقصود في الجمهور والتحكم في الرأي العام (مؤلفين، 2017، صفحة 38).

فالدعاية المضللة بتمظهراتها كافة، لا تكتفي بتسميم الجماهير فحسب، بل تتعدى ذلك إلى اغتصابها، وخاصة الدعاية السياسية فإنها سلاح فتاك يقتضي مواجهته، وخاصة في عصرنا الحالي، حيث

تطورت وسائل الاتصال الدعائية والإعلامية، وحيث أن الصراع الإعلامي الكوني، هو في ذروته بين الدول والأمم والشعوب (كلود، 2011، صفحة 118).

وفي هذا السياق لم تقدم وسائل الإعلام السعودية والإماراتية، حسب العديد من المتابعين والأكاديميين، سوى قصص مفبركة وبيان مختلق لإيهام الرأي العام الخليجي والدولي، بطريقة إخراج القصة عبر وكالة الأنباء القطرية بعد اختراقها، وجاهزية وسائل الإعلام دول الحصار، للتفاعل مع الخبر المصنوع باستضافة محللين سعوديين ومصريين يعلقون على مضمونه دون إفساح مجال للرأي الآخر، والنفي القطري المستمر للقصة المفبركة، وإصرار وسائل الإعلام المروجة للدعاية على تجاهل هذا النفي، وتغطيتها المستمرة لتداعيات القصة، وبث كل أنواع الدعاية الهدامة والتحريضية، تظهر أن الوقائع المصنوعة التي أريد لها أن تكون حقائق دامغة، لا تمثل سوى الواقع السياسي الرمزي الناشئ أو الواقع المرغوب الذي يؤسس لمواضع سياسية مزيفة وسط الرأي العام وفقا لأجندة القائم بالدعاية (مؤلفين، 2017، صفحة 39.38)

وعليه فإن حالة التخويف والترهيب التي تخلقها عملية صناعة الأخبار الكاذبة، تدفع باتجاه محاصر الرأي العام، بخطاب أو سرديات بديلة لمواجهة الخطاب السائد/المنافس أو الجهة التي تمثله، وهي الفرضية التي تؤسس في هذا السياق لنموذج الحصار المعلوماتي عبر صناعة الأخبار الكاذبة وتأثيرها في الرأي العام، ويدعم هذه الفرضية ثلاثة عوامل رئيسية:

- الأفراد يستجيبون لنوازع الخوف ودوافعه، وقد يتفاعلون سلبا وإيجابا مع حالة الترهيب التي تشنها وسائل الإعلام، وكذا تحذيرات الفبركات الإعلامية، فينشقون وراء السرديات البديلة.
- تقوم السرديات البديلة بتعزيز أطروحاتها وسط الرأي العام، عبر الضخ والتدفق الهائل للبيانات المزيفة.
- سرعة انتشار الأخبار الكاذبة، التي تثير حالة من الخوف والرعب وسط الرأي العام، والتي تتميز بعنصر المفاجأة (الدليمي، 2018، صفحة 14.13).

وأصبحت الأزمة الخليجية بمثابة لذرّاع ومواقف تستخدم فيها الحكومات "وسائل الإعلام لجذب الوطنية الحماسة، وتعزيز الدعم للسلطات، وتهميش أو السخرية من المعارضين، فهذه الذرائع التي تُعرض على وسائل الإعلام للتدخل في حالات معينة غالبًا ما تكون خاطئة، ومُستفزة، وحتى ملفقة. وتعتمد السلطات بشكل كبير على وسائل الإعلام السائدة المفترض أنها "مستقلة" (ولكنها متواطئة) لنشرها على نطاق واسع من عدم الدقة والخداع، وهذه الذرائع تقدم إطارًا مهمًا للدعاية، لأنها تصور للمواطنين أن هدف العداء هو المعتدي الطبيعي، على الرغم من أن هذه الذرائع غالبًا ما تكون أكاذيب، إلا أنها لا يجب أن تكون كاذبة لتشكيل بذلك موقفًا للتأثير على الرأي العام (Owen, 2019, p. 1390).

ولقدّ قسم وليام روفوف الصحافة العربية وفق علاقتها بالأنظمة السياسية إلى صحافة ولاء وتعبئة وتعددية والصحافة في السعودية ليست مستقلة عن سلطة الحكومة منذ تأسيسها، وهي بالتالي تندرج تحت صحافة الولاء المطلق للنظام الحاكم، وحتى الصحافة في قطر وغالبية الدول العربية لا تخرج عن نفس السياق الذي حدده وليام روفوف (أحمد، 2015، صفحة 52).

وبذلك تختزل مجموعة مؤسسات الإعلام السعودي من حيث بنيته ووظيفة خاصة في حقلي الصحافة المكتوبة والإعلام التلفزيوني، يمكن رصد الملاحظات الآتية:

- **أولاً:** أن أغلب المنافذ الإعلامية كانت مملوكة بصورة مباشرة أو غير مباشرة لأحد أفراد الأسرة الحاكمة؛ مما يجعل الإعلام السعودي "إعلام أمراء لا إعلام مجتمع"، فهو تابع للدولة السعودية وأحد أجهزتها الأيديولوجية لتأكيد هيمنة وديمومة حكم أفراد الأسرة المالكة، مما يؤكد أن البنية العامة لهذا الإعلام تقوم على وجود حالة من التمرکز والاحتكار التي تطبع المنظور السعودي لوسائل الإعلام في علاقتها بالدولة والمجتمع.

- **ثانياً:** أن هذه النماذج الإعلامية تُعبّر عن وجهة نظر سعودية خالصة أو وجهات النظر المتناغمة معها؛ فبالرغم من الشعارات المختارة "الشرق الأوسط: جريدة العرب الأولى"، و"قناة العربية: أن تعرف أكثر"، فإن الأهداف العامة لهذه التجارب تتحدد في نشر وتروي وجهة نظر الأسرة السعودية الحاكمة ومحاولة

رسم أطر جديدة لاتجاهات الجمهور العربي سواء داخل الحدود الجغرافية العربية أو خارجها بشأن قضايا تم الشأن السعودي أو تعبر عن الموقف السعودي من القضايا الأساسية الكبرى (السلام، 2018، صفحة 5).

وتعتقد بعض الأوساط أن المحرك النهائي للأزمة الحالية، هو إصرار قطر على الحفاظ على سياسة خارجية مستقلة، لكن جذور الأزمة تمكن في السياسات الإعلامية القطرية (قناة الجزيرة)، حيث ينظر إليها بأنها ركيزة أساسية لسياسة قطر الخارجية وقوتها الناعمة (Joseph، 2018، صفحة 116). فقد وصف الكاتب محمد المسفر وسائل الإعلام في دول الحصار، بأنها توجع الخلافات بين الأصدقاء، وتعمق الجراح، باستدعاء أحداث ووقائع تعود إلى القرن التاسع عشر، وأخرى تنهش في القيم في الأعراس والقيم الأخلاقية في واقعنا اليوم، وحسبه دائما يرى أن الجسم الإعلامي الخليجي موبوء بحفنة من الانتهازيين والمتملقين ومقتنصي الفرص في بيئة إعلام الأزمات.

فحسبه أن الإعلام القطري بكل مستوياته، لم ينزلق إلى المس بالقيم الأخلاقية أو نهش الأعراس في دول الحصار، ولم يتناول فيها الشأن العائلي سواء كان من العائلات الحاكمة (صالح، 2018).

وفيما عمد الإعلام المدعوم سعودياً وإماراتياً إلى إظهار هذا الواقع على أنه كشف للطبيعة الخيانية لقطر، فإن قطر بدورها، ومن خلال آلتها الإعلامية، تصوّر سلوكها على أنه الاعتدال في وجه السياسات «المتطرفة» لقادة خليجيين يحاكون التوجهات «المتطرفة» بدورها في واشنطن وتل أبيب. وحرب الصور والصور المضادة هذه قد أنهكت الإعلام الخليجي عامة في مضمونه، وأغرقت تغطيته الإخبارية بتقارير تشهيرية متبادلة. وفي حين أن هذا الصراع الإعلامي قد أتاح المجال لجمهرة من المبادرات الجديدة للبروز في فرانس 24 من فرنسا، ودويتشه فيله العربية من ألمانيا (Mneimneh Hassan، 2019).

ومن جانبها ذهبت وكالة الأنباء الفرنسية في تقرير لها إلى أنه “إذا كانت المواجهة بين قطر ودول خليجية أخرى بقيت محصورة بالمجالين الدبلوماسي والاقتصادي، فإن المواجهة في وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تحولت الى حرب شرسة لا هوادة فيها.

فقد توصلت دراسة لكل من (Ajaoud, Elmasry) والموسومة بـ: When news is :the crisis

Al Jazeera and Al Arabiya framing of the 2017 Gulf conflict، إلى أن برنامج الحصاد لقناة الجزيرة، وبرنامج بانوراما لقناة العربية، قدموا نسختين مختلفتين في معالجتهما للأزمة الخليجية، فكل قناة تبني موقف الحكومة التابعة لها (- Ajaoud Soukaina، 2020، صفحة 238).

وجاء في تقرير الوكالة الفرنسية على لسان خالد الحروب أستاذ السياسات الشرق أوسطية والإعلام العربي في جامعة "نورث ويسترن" الأميركية أن "الإعلام تحول من أداة بروباغاندا إلى سلاح حربي للعديد من الدول في المنطقة (عماد، 2017). تقول العرب "الحرب أولها كلام"، واليوم تكاد المقولة تصبح: "الحرب أولها إعلام"، فليس مدهشاً أن الأزمة الخليجية الراهنة - بكل خطورتها وضخامتها- بدأت باختراق إلكتروني لوكالة الأنباء القطرية، الناطقة باسم قطر الدولة المستهدفة بالحرب من بعض جيرانها الأشقاء (محبوب، 2017).

فكل الدول في العالم، بل حتى معظم التنظيمات والمنظمات الكبرى اليوم، تملك أدواتها الإعلامية، وتسعى بلا شك إلى توظيفها لنشر رؤاها السياسية أو النضالية وتكريس هذه الرؤى، لكن هذه الأزمة أبرزت مفهوماً آخر غير التوظيف السياسي للإعلام، ذاك هو التوظيف العدائي للإعلام، وهو أمر بالغ الخطورة، لأن القرارات السياسية تعدل أو تلغى بقرارات سياسية، أما العقد التي تركز على مستوى الأفراد أو الشعوب، فإنها لا تمحى بقرار، وستبقى زمناً طويلاً لا يمكن حسابه (فارس، 2017، صفحة 16).

خامساً: نتائج الدراسة

يمكن القول أن المنظرين لممارسة الإعلام في المجتمعات المختلفة، وكذلك الدارسين لعلاقة الإعلام بالسلطة والمؤسسات السياسية، فشلوا فشلاً كبيراً في وضع معايير ومقومات لشرح سلوك المؤسسات الإعلامية والصحفيين أثناء تغطية الأزمات والحروب، فالنظريات الأربع Four Theories

of the Press (نظرية السلطة، نظرية الحرية، النظرية الشيوعية، نظرية المسؤولية الاجتماعية)، لم تتطرق إلى إشكالية علاقة الحكومة بوسائل الإعلام في زمن الأزمات والحروب، كما لم تتطرق إلى علاقة الصحفي بالسلطة في هذه الظروف، وما يمكن قوله في هذا الإطار أن الممارسة الإعلامية في زمن الأزمات والحروب، لا تختلف من نظام إعلامي إلى آخر، ولا من نظام سياسي إلى آخر، ويتحول فيها الإعلام إلى مزيج من العلاقات العامة والحرب النفسية والدعاية والتضليل والتشويه، سواء تعلق الأمر بالدول الديمقراطية أو الدول الدكتاتورية (قبراط، 2006، صفحة 160).

فالصحافة اليوم، كسلطة رابعة أصبحت وهما أكثر مما هي حقيقة، لأنها فقدت استقلاليتها وموضوعيتها بسبب نسيج العلاقات الذي يربط ملاكها وإعلاميها بمراكز صناع القرارات السياسية والصناعية والعسكرية، فهي في معظمها، عبارة عن مجتمعات متكثلة (اقتصادية وتجارية) أكثر مما هي مؤسسات إعلامية وثقافية، إذ لم يعد هناك فرق تقريبا، بين الذي ينتج الأفكار، والذي ينتج الصابون، وأصبحت يحدوها منطق الربحية من خلال السعي وراء أكبر عدد ممكن من الجمهور، ومحتوياتها تتحكم فيها تقنيات التلاعب بالعقول، لذلك وصف أحد كبار النقاد الصحافة في فرنسا بأن، الصحافة تعتبر مهنة منكوبة في مؤلفه: *Les Nouveaux Chiens de Garde*, Paris, Liber, 1997 (بومعيزة، 2014، صفحة 89).

وعليه فإن فكرة الصحفي المحايد والموضوعي والمراقب والناقد للممارسات السياسية ليست السمة الأكثر بروزا في عصر مجتمع المعلومات، لغياب الموضوعية التي تدعو إلى نقل الأحداث للجمهور كما تبدو عليه، « وعند هذه النقطة فإن الأخبار المفترض حدوثها بشكل طبيعي هي أقرب ما تكون إلى قلب الأسطورة الصحفية، لأن الحقيقة الوحيدة التي يمكن أن توجد في ظل أسطورة الموضوعية، هي أن الحقيقة الوحيدة هي الحقيقة التي يمكن ملاحظتها، وتنتج عن قيام القوة الثالثة بتشكيل الأخبار الفجوة بني الأسطورة وبني حقيقة الأخبار، فأصبح الآن كافيا أن يشكل تهديدا حقيقيا لحيوية الصحافة كما أصبحنا نعرف ذلك الآن (ليلي، 2018، صفحة 451.452).

وحسب الباحث والأكاديمي محمد قيراط، فإن الموضوعية المطلقة في الصناعة الإعلامية ضرب من الخيال وأمر بعيد المنال، فالمفهوم يبقى نسبيا ومتفاوتا من بلد لآخر ومن ثقافة إلى أخرى، فمنهم من يرى أنه لا يقصد بها الموضوعية الكاملة، وإنما على الأقل هي عملية وموقف وطريقة تفكير، فالموضوعية هي غاية يطمح أن يحققها أي صحفي في العالم، ولكن إدراكها في الواقع ليس سهلا على الإطلاق (محمد ق.، 2013).

فمسألة الحيادية تثير الكثير من اللغط حول واقعية المفهوم أصلا وخاصة في الأوقات التي تكثر فيها الصراعات، وتباین خلالها الآراء والمواقف، وتصبح ساحة سجال مفتوحة على مصراعيها أمام مختلف التيارات والاتجاهات للتعبير عن نفسها، وإبلاغ صوتها عبر منابرها الإعلامية، وهو ما يدخل الساحة الإعلامية في عملية اصطفاف واستقطاب، تنبري خلالها كل وسيلة إعلامية للدفاع عن وجهة نظر الجهة التي تملكها أو تواليها.

وإذا كان هذا اللغط مقبول، على اعتبار أن الواقع الإعلامي العربي أو حتى الدولي، يكاد يخلو من الحيادية المطلقة، فإن التقيد مطلوب في هكذا أوقات، لأن عملية نقل الأحداث كما تجري في حقيقة الواقع دون تزييف، تشكل إحدى أهم العوامل المساعدة على تجاوز الأزمة، وتجعل من الملتقي هو صاحب القرار الأول والأخير فيما يجري، بل وتمكنه من صناعة القرار بالشكل الصحيح (فيصل، 2007، صفحة 332).

فكلما كان هناك اتصال فئمة حتما أيديولوجيا، هذه الأخيرة إن لم تكن جلية وواضحة فإن تكون خفية في الرسالة الاتصالية، والاتصال (تقنيات ومضامين) لا يستنبت في بيئة جرداء أو فضاء عقيم، بقدر ما هو إفراز لسياق ثقافي واجتماعي مبني في شكله ومعناه، على تمثّل محددات للذات، وتصورات معينة للكون والحياة، فأيديولوجيا الإعلام هي نظام من الأفكار، يعبر عنه من خلال العملية الاتصالية، التي تشمل القائم بالاتصال وطريقة استخدامه للنص أو اللغة أو الصورة، التي تنقلها الوسيلة الإعلامية المطبوعة أو المسموعة أو المرئية (محمد ب.، 2008، صفحة 15).

وعلى جانب آخر يكون ميثاق الموضوعية صالحا في حدود الدولة فقط، لكن عندما ينتقل الموضوع إلى أزمة أو نزاع بين دولة الصحفي أو المؤسسة الإعلامية ودولة أخرى، تصبح الموضوعية حينها أسطورة وخرافة، وهنا تصبح المؤسسة الإعلامية غير ملزمة بتقديم وجهتي نظر الدولتين محل النزاع، فالصحفي ينحاز بطريقة أوتوماتيكية لبلد، وإذا قدم أطروحة البلد الخصم يصبح خائنا، وغير وطني وغير ملتزم بخدمة وطنه (قيراط، 2013).

و هذا ما أكدته الأزمة الخليجية سنة 2017، التي كانت شاهدة على التراشق الإعلامي وفبكة الأخبار والتضليل الإعلامي الممنهج، حتى وصل الأمر للحديث عن الأعراض، في سابقة لم تعرفها الممارسات الإعلامية العربية من قبل، فقد أفرزت الأزمة الحالية حرب الإعلام بين الأشقاء في المنظومة السياسية والجغرافية والعقائدية، إضافة إلى صراع آخر من نوع جديد، وربما يظهر بهذه القوة لأول مرة، هو العدوانية والعنجهية التي برزت من كتاب ومحللين وإعلاميين، يظهرون في هذه الوسيلة الإعلامية ضد أصدقاء أو زملاء لهم في المهنة، وحتى بالنسبة للإعلام الغربي يتشدق بالمهنية العالية والحياد، إلا أنّ معظم المؤسسات الإعلامية الكبرى في الغرب هي ذات توجهات سياسية وأيديولوجية معروفة. ورغم حالة التشظي والاستقطاب وسطوة الإيديولوجية التي يعرفها الجسم الإعلامي العربي أو العالمي، إلا أنه هناك استثناءات قليلة في الفضاء الإعلامي، ويعتبرون من بقايا السلطة الرابعة، والذين يقاومون من أجل تقديم خدمة إعلامية هادفة خالية من شوائب الأيديولوجية ورواسب التحيز.

قائمة المصادر والمراجع

- Ajaoud Soukaina, A. M. (2020). When news is the crisis Al Jazeera and Al Arabiya framing of the 2017 Gulf conflict. *Global Media and Communication*, 16(2).

Joseph, F. (2018). The Qatar-Gulf crisis The attack on media freedom and the West's loss of moral authority. *Journalism Under Duress in Asia-Pacific*, 4(2).

Mneimneh Hassan, M. (2019, 6 21). *The Gulf Crisis Is a Messaging Nightmare-With No Success in Sight*. Récupéré sur The Washington Institute: <https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/gulf-crisis-messaging-nightmare-no-success-sight>

Owen, J. M. (2019). Propaganda, Fake News, and Fake Trends: The Weaponization of Twitter Bots in the Gulf Crisis. *International Journal of Communication*, 13.

- (434)مجلة المستقبل العربي. السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي. (2015). أحمد، ا. ق.
- المؤسسة العربية للدراسات والنشر: لبنان أزمة نظام، الرأسمالية والعولمة في مأزق. (2009). الحي، ز. ع
- قطر: مركز الجزيرة للدراسات إشكالية الأخبار المفبركة وتأثيرها في الرأي العام. (2018). الدليمي، ع. ا
- الأردن: دار اليازوري العلمية. أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الواحد والعشرين. (2019). الرزاق، ا. ع
- للتنشر والتوزيع.
- الجزيرة Récupéré sur مهزلة الإعلام العربي. (4 6، 2015). الستار، ق. ع
- <https://www.aljazeera.net/opinions/2015/6/4>
- قطر: مركز الجزيرة أزمة الإعلام الممول سعودي: الخطاب والأيديولوجيا والنظام القبلي. (2018). السلام، ر. ع
- للدراستات.
- قطر: المركز العربي. عام على الأزمة الخليجية: كيف نجحت قطر في هزيمة الحصار؟. (2018). السياسية، و. ا
- للأبحاث ودراسة السياسات.
- قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة. حصار قطر: سياقات استمرار الأزمة وأفق حلها. (2020). السياسية، و. ا
- السياسات.
- قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة. حصار قطر: سياقات استمرار الأزمة وأفق حلها. (2020). السياسية، و. ا
- السياسات.
- الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع. الوجيز في التربية الإعلامية. (2020). الطعاني، س
- (18)9 /المجلة الجزائرية للاتصال. التضليل الإعلام وأقول السلطة الرابعة. (2014). بومعزة، ا
- لبنان: الدار. الجزيرة في عشرين عاما، أثرها في الإعلام والسياسة والأكاديمية. (2016). آخرون & جمال، ا
- العربية للعلوم ناشرون.
- مؤسسة مهارات: لبنان. الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع. (2009). جورج، ص
- مجلة جامعة القدس المفتوحة. الحملة الإعلامية الأمريكية في الحرب على العراق عام 2003. (2013). خليل، ا. ح
- (30)1، للأبحاث والدراسات.
- مركز دراسات الوحدة العربية: لبنان. الاتصال والإعلام في الوطن العربي. (2001). راسم، ا. م
- دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع: الأردن. الإعلام الجماهيري. (2019). زهير، ع
- مصر: دار نهضة مصر للنشر. الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية. (2015). سمر، ط

مجلة المستقبل العربي. الحرب في وسائل الاعلام، آليات بناء المعنى وإنتاج المعرفة. (2014). شهيرة، ب. ع 37(429).

مجلة المستنصرية للدراسات العربية. أثر البعد الديني في الإعلام الأمريكي العولمي الجدي. (2012). صالح، ا. ر (37) الدولية.

جريدة الشرق. الخليج العربي في خطر ألقوه قبل فوات الأوان. (2018، 3 13). صالح، ا. م القطرية: <https://al-sharq.com/opinion/13/03/2018/%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%84%D9%8A%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%AE%D8%B7%D8%B1-%D8%A3%D9%86%D9%82%D8%B0%D9%88%D9%87-%D9%82%D8%A8%D9%84-%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D8%>

الشبكة العربية للأبحاث والنشر: لبنان، الإعلام حرية في انهيار. (2010). صباح، ي رؤيا للبحوث. المعركة الإعلامية وأزمة الخليج، بداية صادمة ونهاية مجهولة. (2017). عماد، ن <https://ruyaa.cc/Page/351> والدراسات

لندن: صحيفة العربي الجديد. (2027). التوظيف السياسي للأزمة الخليجية. (2017). فارس، ا

(8) مجلة البحوث والدراسات العلمية. الأزمات العربية وأزمة الإعلام العربي. (2007). فيصل، ف

(16) مجلة التواصل. الإعلام في زمن الحروب والأزمات: التلاعب والتضليل والتشويه. (2006). قيراط، م

المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع: لبنان، أدبيات الإعلام (ديوتولوجيا الإعلام). (2008). كلود، ب. ج

لبنان: دار النهضة العربية. التضليل الإعلامي وآليات السيطرة على الرأي. (2011). كلود، ي

استراتيجية قطر تفشل أهداف الحصار وتعزز مناعتها لمواجهة الأزمات. (2020، 6 17). للدراسات، ن. ب <https://studies.aljazeera.net/ar/events/event-4706> مركز الجزيرة للدراسات

الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع. الإعلام وإدارة الأزمات الإعلام الأمريكي أنموذجاً. (2013). لمجد، ش

مجلة. الضبط الإعلامي في الدول الديمقراطية: سلطة خامسة في مواجهة السلطة الرابعة. (2018). ليلي، ف (2) 32، المعيار

الجزيرة: الأزمات الخليجية والأزمة الإعلامية. (2017). محجوب، ا. ي <https://www.aljazeera.net/opinions>

الأزمة الخليجية الراهنة: الأسباب والتداعيات قطر، المملكة السعودية، الإمارات العربية، (2019). محفوظ، ر الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي البحرين، مصر

مركز الجزيرة: قطر. أخلاقيات الإعلام العربي وتضارب الروايات في العمل الصحفي. (2020). محمد، ا للدراسات.

(20) مجلة الصحافة. الصحافة والسوسيولوجيا، الحوار الحذر. (2021). محمد، أ

المملكة العربية السعودية: دار غيناء للنشر. إيديولوجيا الإعلام. (2008). محمد، ب. س

أطلس للنشر والإنتاج: مصر. الإعلام وتجريف العقل الجمعي في مرحلة التحول الديمقراطي. (2015). محمد، س. أ الإعلامي.

جريدة الشرق القطرية. Récupéré sur في إشكالية الموضوعية وفبركة الأخبار. (2013, 10 12). محمد، ق
<https://al-sharq.com/opinion/12/10/2013>

سويس انفو. Récupéré sur تغطية الحرب على الطريقة الأمريكية. (2003, 4 7). محمد، م
<https://www.swissinfo.ch/ara/%D8%AA%D8%BA%D8%B7%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%B1%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9/324765>
0

الأردن: دار غيداء للنشر. السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي: الجزائر أنموذجاً. (2016). مصطفى، س والتوزيع.

(383) مجلة المستقبل العربي. الإعلام، السلطة، المال، مثلث النفوذ وخطاب الصورة. (2011). منذر، س

مجلة سياسات عربية. الإعلام والسلطة، مقاربة مفاهيمية جديدة، مجلة لوجورنال نموذجاً. (2019). مهدي، ب

مصر: مكتبة ضمير الصحافة، دليل الصحفي والطالب إلى فن النشر والتحرير الصحفي. (2018). موسى، ق. أ جزيرة والورد.

قطر: مركز الدوحة لحرية الإعلام. إعلام الأزمة الخليجية، الأخبار المزيفة. (2017). مؤلفين، م

قطر: مركز الجزيرة للدراسات. حصار قطر، سياقات الأزمة الخليجية وتداعياتها. (2017). مؤلفين، م

Récupéré sur الإعلام سلاح الحرب والسلام، بين المبادئ المهنية والمسؤولية الاجتماعية. (2021, 01 31). نزار، ا
<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1350> مجلة الصحافة

(27) مجلة سياسات عربية. الدبلوماسية القطرية واختبار الأزمة. (2017). نواف، ا

التغطية الإخبارية الدولية، بين الخطوط الأمامية والمواعيد النهائية، ترجمة: صبري نيرة. (2017). هيثم، أ. ج المملكة المتحدة: مؤسسة هنداوي سي أي سي محمد.

المملكة. التغطية الإخبارية الدولية، بين الخطوط الأمامية والمواعيد النهائي. (2017). جون, أ &, هينز, ج. و المتحدة: مؤسسة هنداوي سي أي سي.

المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق، تحليل مضمون مجلة نيوزويك النسخة. (2009). وهيب, إ. ف جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: الاردن. العربية

مجلة الإنذاعات العربية. الفعل الاتصالي والمشروع الديمقراطي العربي، (2012). يخلف, ف