

اشكالية التغطية الاخبارية للحروب وجدلية تغطية وسائل الاعلام الأمريكية لحرب تحرير الكويت

د. عبدالرحمن العناد*

مقدمة:

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في مجال نقل الأخبار والمعلومات من مواقع الأحداث وتوصيلها للقراء والمستمعين والمُشاهدين خلال وقت يسير. وتزداد أهمية هذا الدور في أوقات الحوادث والكوارث والأزمات والحروب التي تستولى على اهتمام قدر كبير من جمهور وسائل الإعلام، وتخلق زيادة في الطلب على المعلومات، وتؤدي إلى زيادة تعرض أفراد الجمهور للوسائل الإعلامية المختلفة. وإلى جانب اهتمام مستخدمي وسائل الإعلام، تهتم وسائل الإعلام نفسها بأخبار الأزمات والحروب لأنها تجد فيها مادة إخبارية جيدة بسبب تلاحق الأحداث وتتابعها، وبسبب توافر عناصر صحفية مهمة في تفاصيل الأحداث كالأهمية والآنية والأثر وعدم التوقع.

ولأن لوسائل الإعلام أثراً في توجيه الرأي العام الأمريكي، الذي يؤثر بدوره في صناعة القرار السياسي الأمريكي، فإن نوعية التغطية الإخبارية للحروب والأحداث المهمة تؤثر بشكل غير مباشر في صناعة السياسة الأمريكية ولهذا السبب فإن توجهات وسائل الإعلام ومواقفها وتأييدها أو عدم تأييدها لطرف من أطراف النزاع مثلاً أو لقرارات الحكومة الأمريكية ومواقفها تعتبر من الموضوعات الجديرة بالاهتمام والدراسة.

ويجمع المراقبون على أن حرب تحرير الكويت قد أسفرت عن نصر إعلامي كبير لوسائل الإعلام الأمريكية، فقد وفقت هذه الوسائل في نقل أحداث الحرب، وما سبق ذلك من أحداث وتطورات ابتداء بالغزو العراقي، وردود الفعل الدولية، ومداولات الأمم المتحدة وقراراتها، ونقل قوات التحالف الدولي إلى المنطقة. كما أدى تأييدها الملحوظ للموقف الدولي وموقف الحكومة الأمريكية على وجه الخصوص إلى الحفاظ على تأييد الرأي العام الأمريكي

* أستاذ مساعد في قسم الإعلام - جامعة الملك سعود.

وفه إلى جانب الحكومة حتى انتهاء الأزمة . ومع ذلك فقد أثارت طريقة التنظيم الخاصة التي
تها قوات التحالف الدولي في التعامل مع وسائل الإعلام بعض الانتقادات، وهي انتقادات
تؤدي إلى تحسين علاقة وسائل الإعلام بالمؤسسات العسكرية الأمريكية في العمليات
بروب المستقبلية .

إن الاهتمام بوسائل الإعلام الأمريكية دون غيرها، لا يعني التقليل من شأن وسائل
علام في أي بقعة في العالم، ولكن، وكما هو معروف، فإن وسائل الإعلام الأمريكية كثيراً ما
في السياسة الأمريكية، وكثيراً ما يفوق تأثيرها في صناعة القرار السياسي تأثير وسائل
علام في أي دولة أخرى . وإضافة إلى ذلك فإن الولايات المتحدة الأمريكية كانت طرفاً
سياً في قضية العدوان العراقي على الكويت، وفي تحريك المعارضة الدولية لذلك العدوان .
حرب تحرير الكويت . كما أن بها عدداً كبيراً من وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة
ر مما يوجد في أي بلد آخر، وإن هذه الوسائل تتمتع بحرية كبيرة . وقد شهدت إحدى
وريات العلمية المتخصصة في افتتاحيتها أن وسائل الإعلام الأمريكية كانت خلال حرب
ير الكويت هي المفضلة من قبل قيادة قوات التحالف الدولي، وإن وسائل الإعلام في مختلف
العالم اعتمدت على وسائل الإعلام ووكالات الأنباء الأمريكية بشكل أساسي كمصدر
ائها وتقاريرها الخاصة بتلك الحرب⁽¹⁾ .

سوف نناقش في هذه المقالة موضوع التأثير المتبادل بين الحكومة ووسائل الإعلام
ريكية في مجال السياسة الخارجية، والصعوبات التي تواجه وسائل الإعلام عند قيامها بتغطية
رروب بشكل عام، وطريقة التنظيم الخاصة التي اتبعتها قيادة قوات التحالف الدولي في
سامل مع رجال الإعلام وتوفير المعلومات لهم أولاً بأول، كما نتعرض لدواعي التنظيم
سباب التي أدت إلى نجاحه والانتقادات التي وجهت له .

لأ: وسائل الإعلام الأمريكية والسياسة الخارجية :

لتغطية وسائل الإعلام للحروب بشكل عام علاقة وطيدة بالسياسة الخارجية للدولة التي
جد فيها تلك الوسائل . وعندما تشارك دولة ما في حرب أو تقوم بعملية عسكرية . فإن وسائل
علام بها يمكن أن تدعم الموقف السياسي والعسكري للدولة أو ترفضه أو تنتقده، مؤثرة بذلك
، الرأي العام . وتعتبر إشكالية تناقض وتوافق وسائل الإعلام مع مواقف الدولة إحدى
كالات التغطية الإعلامية للحروب بشكل عام . إن على وسائل الإعلام مسؤولية توعية

(1) Michael Traber and Philip Lee, "After the Gulf War: New Communication Problems to Solve" (Editorial), Media Development — Special Issue, October 1991, p. 1.

إن اتفاق وسائل الإعلام في الموقف نحو قضية معينة يخلق اتفاقاً في الرأي العام، كما أن اختلافها يخلق اختلافاً فيه. وبالتأكيد فإن فرص تأثير وسائل الإعلام في السياسة الخارجية ستزداد عندما تتفق الوسائل، وقد اتضح أن لاتفاقها تأثيراً كبيراً منذ بدايات القرن الحالي^(١). ومع ذلك، فإن وسائل الإعلام الأمريكية قد تختلف في مواقفها حيال المسائل والمشكلات الدولية، مما يخلق اختلافاً في آراء الجمهور، ولكن اختلافات وسائل الإعلام غالباً ما تكون نتيجة لاختلافات بين رجال السياسة الأمريكيين، كما يقرر ذلك أولدندك وبارديز Oldendick and Bardes: «إن مواقف (الجمهور) نحو حرب فيتنام كان لها علاقة وطيدة بتوجهات السياسة الخارجية الأخرى، وإن الانقسامات تعكس عدم وجود اتفاق فيما بين القادة الأمريكيين...»^(٢).

وبالغ بعضهم في وصف تأثير الحكومة الأمريكية في وسائل الإعلام الأمريكية، إذ كتبت باتريشيا كارل Patrecia Karl على سبيل المثال:

وسائل الإعلام، في أي مكان، هي جزء من الحدث - تؤثر وتتأثر، تشارك تبني، وتخطم الصور الذهنية Images، متصرفة وكأنها بوق لما كان يعد همسات الدبلوماسية. وهذا الأمر يعد أكثر وضوحاً وأكثر خطورة في دبلوماسية الشرق الأوسط من أي مكان آخر. إن تأثير الحكومة البارز في وسائل الإعلام الأمريكية وفي مشاركة الوسائل في السياسة الخارجية أدى إلى تكييف الأوضاع لتشكيل الأحداث بالطريقة التي تناسب السياسات، أو لتحل برمجة السياسة الخارجية مثل السياسة. وجزء من خطورة هذا الوضع تتمثل في حقيقة أن الصحفيين ليسوا دبلوماسيين^(٣).

أما لماذا تتفق وسائل الإعلام الأمريكية مع توجهات السياسة الخارجية الأمريكية في أكثر الأحيان، فإن إجابة هذا السؤال يمكن أن يوضح في عدة تفسيرات، أهمها:

١ - إن الرأي العام الأمريكي يجهل كثيراً من الحقائق والأمور المتعلقة بالعالم خارج حدود الولايات المتحدة الأمريكية، ويوجد عدد من الدراسات التي برهنت هذه النقطة^(٤).

(1) Regionald Coggeshall, "Diplomatic Implications in International News," Journalism Quarterly, Vol. 11, No. 2, June 1934, pp. 141-159.

(2) Robert Oldendick and Barbara Bardes, "Mass and Elite Foreign Policy Opionins," Public Opinion Quarterly, Vol. 46, No. 3, Fall 1982, pp. 368-382.

(3) Patricia A. Karl, "In the Middle of the Middle East: The Media and US Foreign Policy," in Edmund Ghareeb (ed.), Split Vision, Washington: The American-Arab Affairs Council, 1983, p. 284.

(4) John P. Robinson, "Comprehension of Television News: How Alert is the Audience?," paper presented to the Radio-Television Division of the AEJC, Boston, August 1980, p. 3.

وجهل الشعب الأمريكي بحقائق الصراعات الدولية جعل وسائل الإعلام غير مهتمة كثيراً بتغطية الأحداث الدولية. كتب وارنر Warner: «تحتل أخبار الشؤون الدولية مرتبة تالية للأخبار المحلية في وسائل الإعلام الأمريكية، ما لم تعامل القضية الدولية كقضية محلية»^(١).

إن الإنسان الأمريكي غير مبال بالقضايا الدولية بشكل عام، وهذه النقطة ترتبط بالنقطة السابقة، فعدم الاهتمام قد يكون نتيجة لعدم الوعي كما أنه قد يكون سبباً له. كتب اولدندك وبارديز: «إن تعبير التأييد الشعبي لمبادرات السياسة الخارجية يعتبر مصدر قوة للدبلوماسية، ولكن مثل هذا التأييد صعب التحقيق بسبب انخفاض وعي الجماهير وقلة اهتمامها بمسائل السياسة الخارجية مقارنة بالقضايا المحلية»^(٢)، على أن أفضل وصف لسهولة انقياد الجمهور في المجال الدولي، جاء عند مقارنة المؤلفين بين مجالي السياسة الخارجية والسياسة الداخلية، حيث كتب:

«في الواقع، إن الفرق بين مجالي السياسة الداخلية والخارجية يعده بعض الخبراء شيء عظيم جداً لدرجة أن يوصف الرئيس الأمريكي بأنه رئيسان - أحدهما مهتم بمسائل السياسة الداخلية والآخر بقضايا السياسة الدولية. وطبقاً لهذا التصور، فإن الرئيس يختار أن يتخذ المبادرات المتعلقة بالسياسة الخارجية لأن الجمهور غير مهتم بها ولأن الصراع بين مختلف الجماعات الداخلية يمكن تحاشيه. وأكثر من ذلك، فالجمهور العام ينظر له بأنه قابل للتعليم في موضوعات السياسة الخارجية، إذ يستطيع الرئيس أن يحدد قائمة الاهتمامات (الاجندا)، وأن يقنع قادة الرأي، وأن يقود الجمهور لتأييد سياسته الخارجية بسبب عدم وجود معتقدات محددة وثابتة لدى أفراد الجمهور العام في غالبية مسائل الشؤون الدولية»^(٣).

اعتماد وسائل الإعلام الأمريكية على مصادر محدودة لأخبارها، يقول كابلان Kaplan واصفاً الوضع: «الأخبار الدولية قليلة، وإضافة إلى قلتها، يوجد بها قليل من التنوع والاختلاف في المنظور، وذلك نتيجة لاعتماد جميع الوسائل على وكالتين للأخبار هما الاسوشيتد برس A.P. واليوناييتد برس انترناشيونال U.P.I. ... ومحرورو الأخبار الدولية في هاتين الوكالتين منحازون لتأثرهم بالإيديولوجية السياسية المحلية، ونظام القيم المحلية، والمصالح القومية

(1) Malcolm Warner, "TV Coverage of International Affairs," Television Quarterly, Vol. 7, No. 2, Sp 1968, p. 74.

(2) Oldendick and Bardes, Op. Cit., p. 368.

(3) Ibid., p. 371.

للولايات المتحدة^(١). ويذكر أن جميع الصحف الأمريكية تعتمد على صحيفة النيويورك تايمز كل صباح في ترتيبها للأخبار من حيث الأهمية، فهي كما يقال «إنجيل رجال الإعلام»^(٢). كما يذكر أن أقل من ٥٠ شخصاً في مدينة نيويورك هم الذين يشكلون أخبار جميع شبكات التلفزيون الأمريكية^(٣).

٤ - حرص وسائل الإعلام على كسب صانعي القرار والحفاظ على علاقات عامة جيدة معهم، لأنهم مصادر أغلب أنبائها.

ومع ذلك فإن وسائل الإعلام التي يمكن أن تنقاد لفترة قد تتحول فجأة إلى الموقف النقيض كما حدث في عدة حالات كحرب فيتنام ونجاح ماكارثي وهي التي أسقطته، كتب فيليب بوتّر Philip Potter: «مع أن الصحافة تأثرت ويمكن أن تتأثر بالسياسيين الأذكياء، إلا أن ذلك لا يستمر طويلاً. والصحافة التي صنعت بعض السياسيين هي نفسها التي أسقطتهم بعد وقت يسير»^(٤).

ثانياً: صعوبات التغطية الصحفية للحروب:

تتضمن الحروب في العادة أحداثاً غير متوقعة، الأمر الذي يجعل من الصعوبة بمكان أن تستعد وسائل الإعلام لتغطية الحدث قبل أن يقع. وإذا أضفنا إلى ذلك حرص القيادات العسكرية على سرية العمليات والخطط العسكرية، فإن تغطية أغلب العمليات العسكرية تأتي لاحقاً لوقوع الحدث وبعد انتهائه أحياناً. لهذا فإن التغطية الصحفية للأحداث العسكرية هي في واقع الأمر تغطية لنتائج العمليات العسكرية والآثار التي خلفتها هذه العمليات، أما الحدث نفسه فيعتمد وصفه على مصادر الأنباء والبيانات العسكرية من الطرفين، وكل ما تستطيع وسائل الإعلام تقديمه لجماهيرها هو نقل تصورات وأوصاف القيادات العسكرية لما وقع. والقيادة العسكرية الناجحة هي التي تعمل على توفير المعلومات لرجال الإعلام أولاً بأول عن سير العمليات العسكرية، وذلك بإصدار البيانات العسكرية، وعقد المؤتمرات الصحفية للإجابة عن استفسارات رجال الإعلام، وتسهيل إتصال الإعلاميين بالقادة والأفراد المشاركين

(1) Frank L. Kaplan, "The Plight of Foreign News in The U.S. Mass Media," Gazette, Vol. 25, No. 4, 1979, pp. 236 37

(2) Edward Epstein, "The Strange Tilted World of TV Network News," Reader's Digest, February 1974, p. 144.

(3) Warner, Op. Cit., p. 67.

(4) Philip Potter, "Political Reporting: The Criteria of Selection," in Richard W. Lee (ed.), Politics and the Press. Washington: Dept. of Journalism, Univ. of Maryland, 1970, p. 109.

مليات العسكرية، وتوفير الصور الفوتوغرافية وأفلام الفيديو التي تم تصويرها خلال ياث العسكرية، إضافة إلى نقل رجال الإعلام إلى مواقع العمليات العسكرية بعد إتمامها. إن حقيقة كون تغطية العمليات العسكرية تغطية لوصف القيادة العسكرية، جعلت العمليات العسكرية تختلف بل وتتناقض أحياناً باختلاف القيادة العسكرية التي استقى الخبر. وهي لذلك تصبح موضع شك من وسائل الإعلام ومن مستخدمي وسائل الإعلام حد سواء. ومالم تكن القيادة العسكرية المعنية ذات مصداقية وموثوقية في السابق، فإنها نفسها في معركة أخرى طرفها الآخر وسائل الإعلام. ومالم تلتزم القيادة العسكرية ق والدقة في وصفها للعمليات العسكرية ونتائجها، فإنها سرعان ما تفقد مصداقيتها عندما ف الحقائق حتى ولو بعد وقت طويل من انتهاء العمليات العسكرية. وما يهنا هنا هو ن الرأي العام خلال سير المعارك لتقارير أخبارية مختلفة، وإذا تزامن هذا مع فقدان اقية، فإن القيادة المعنية ستفقد الرأي العام وستخسر تأييد ودعم الجبهة الداخلية.

ومن الصعوبات التي تواجهها وسائل الإعلام وقت الأزمات والحروب زيادة طلب ور على المعلومات بشكل يفوق أحياناً ما تستطيع هذه الوسائل توفيره. وحيث إن عدم معلومات كافية يخلق موقفاً اتصالياً غامضاً يشجع على التأويل والاختلاق والاستنتاج الإشاعات وترويجها إضافة إلى احتمال لجوء الجمهور إلى وسائل الإعلام المعادية^(١)، فإن الإعلام التي تقدر هذه الحاجة الكبيرة للمعلومات لا تستطيع توفير قدر كافٍ منها عندما القيادة العسكرية قيوداً كبيرة تحد من حرية رجال الإعلام وقدرتهم على التنقل في الميادين بات العسكرية واتصالهم بالأفراد والقادة المشاركين في العمليات العسكرية.

ومما يعقد الأمر أن القيادة العسكرية تفقد أحياناً السيطرة على مسيرة الأمور خلال ء، كما أنها قد لا تعرف بالضبط ما يدور في جبهات القتال، وهناك من ذهب إلى أن القيادة كرية كانت تعتمد خلال حرب تحرير الكويت على تقارير وسائل الإعلام لمعرفة ما ^(٢). وقد لا تتوافر لدى القيادة العسكرية المعلومات الدقيقة عن الإصابات والنتائج إلا رور وقت قد يكون قصيراً من الناحية العسكرية، لكن الساعات المديدة تعتبر وقتاً طويلاً ة لوسائل الإعلام. وسرعان ما يتهم رجال الإعلام القيادة بإخفاء الحقائق حتى وإن كان كذلك. وفي بعض الأحيان يحتاج اطلاع وسائل الإعلام على مجريات الأحداث أو على

مبد الرحمن حمود العناد، «دور الإعلام في مرحلة التصدي للكواريث البشرية» مجلة الأمن، العدد الرابع، ذو الحجة ١٤١١هـ، ص ٥٢.

(2) Ray Hiebert, "Public Relations as a Weapon of Modern Warfare," Public Relations Review, V. No. 2, Summer 1991, p. 109.

نتائج العمليات العسكرية إلى إذن القيادات العليا العسكرية أو السياسية، إما لحساسية المعلومة أو لأسباب سياسية أو عسكرية استراتيجية تؤثر في سير المعركة أو في التأييد الجماهيري للقيادة المعنية أو في التأثير المعنوي على قوات الخصم أو الموقف السياسي للدولة الخصم أو الرأي العام فيها. وفي كل الأحوال نجد القيادة العسكرية نفسها في موقف صعب مع وسائل الإعلام ومراسليها، وتعتبر هذه الإشكالية إحدى الصعاب التي تواجهها وسائل الإعلام عند تغطيتها للحروب.

وأخيراً فإن وسائل الإعلام تواجه مشكلات تقليدية معروفة عند تغطيتها للأحداث والحروب خارج حدود الدولة التي تتبعها. من هذه المشكلات المشكلة الاقتصادية، فتغطية الحرب تحتاج إلى تكاليف مادية كبيرة وبخاصة عندما ترفض وسائل الإعلام أن يتحمل أحد أطراف النزاع تكاليف إقامة وتنقل مندوبيها ومراسليها خوفاً من تحيزهم لذلك الجانب. كما أن من معايير اختيار الأنباء القاعدة المعروفة التي تقضي بأنه كلما كان الخبر سلبياً كان أفضل من الناحية الخبرية نظراً لتميزه بالحالية والسهولة والوضوح إلى جانب اتصاف الخبر السلبي بأنه غير متوقع في الغالب، والمعروف أن القيادات السياسية والعسكرية تفضل نشر الأخبار الإيجابية، ولذلك تعاني وسائل الإعلام من مواجهة قوانين رقابية في بعض الأحيان، ومن الأمثلة المعروفة في التغطية الدولية في أوقات السلم تحذير عيدي أمين بطرد جميع البريطانيين من أوغندا بسبب برنامج، وتحذير الصين بإلغاء معرض فرنسي تكلفته ٨٠٠٠٠٠ دولار بسبب الموقف الرسمي للفيلم الفرنسي «الصينيون في باريس»، وكذلك تحذير الصين في عام ١٩٧٤ جريدة النيويورك تايمز بإقفال مكتبها في بكين إن استمرت في نشر الإعلانات التايوانية^(١).

ثالثاً: التغطية الإخبارية لعمليات عسكرية سابقة:

لم يكن تنظيم التغطية الإعلامية لعمليات نقل قوات التحالف الدولي لمنطقة الخليج العربي وحرب تحرير الكويت ونتائجها سابقة، ولم يكن التنظيم وليد لحظة، ولكنه جاء نتيجة تجارب سابقة لوزارة الدفاع الأمريكية مع رجال الإعلام والصحافة في عدد من الحروب أو العمليات العسكرية. ولم تكن تلك التجارب جيدة في مجملها إذ اتسمت بالشك المتبادل بين القيادتين السياسية والعسكرية من ناحية ووسائل الإعلام من ناحية أخرى. وقد أدت تلك التجارب إلى خلق قناعات ثابتة لدى القادة العسكريين بأن الصحفيين ما هم إلا «أشخاص متطفلون لا يسبون سوى المصاعب، ولا يفهمون النظام والتنظيم والتقنية العسكرية»^(٢).

(1) John Lent, "International News: Foreign News in American Media," Journal of Communications, Vol. 27, Winter 1977, p: 49.

(2) Hal D. Steward, "A Public Relations Plan for the US Military in the Middle East," Public Relations Quarterly, Vol. 35, No. 4, Winter 1990-91, p. 8.

نتفهم التنظيم الذي اتبع خلال حرب تحرير الكويت، يجدر بنا أن نستعرض أهم هذه
ب السابقة والدروس المستفادة منها لتوضيح مدى الحاجة للتنظيم وأهمية تنظيم التغطية
امية لحرب تحرير الكويت.

يبدو أن أهم تجربة إعلامية في التاريخ الحديث هي تغطية وسائل الإعلام الأمريكية
فيتنام ومانتج عن تلك التغطية. يذكر بعض رجال الإعلام الأمريكيين الذين شاركوا في
العمليات العسكرية في حرب فيتنام أن خطاباً يوضح إمكانية نشر تقارير المراسل في أي
نة أمريكية كان كافياً للتمتع بكافة التسهيلات المقدمة لرجال الصحافة هناك، وإن من
يعرف محرراً في أي صحيفة أمريكية يستطيع الحصول على مثل هذا الخطاب ومن ثم
ب إلى ميدان المعركة⁽¹⁾، يقول لورانس Laurence الذي قام بتغطية حرب فيتنام لشبكة
بي اس CBS إن فيتنام من الناحية الصحفية كانت «جنة». فأني صحفي يستطيع الذهاب
ناك، وإذا حل هناك يستطيع التنقل بكل حرية إلى أي منطقة أو جزء في أي وسيلة
رية أو مدنية، ولم يكن هناك مرافقون لرجال الإعلام والصحافة، وكان بإمكانهم التحدث
ة للضباط والجنود دون أية قيود، كما سمح لهم بمرافقة الطائرات المقاتلة خلال قيامها
ليات العسكرية⁽²⁾.

وبناءً عليه فقد تمتعت وسائل الإعلام ومراسلوها بحرية تامة سمحت بكشف الحقيقة
ة للرأي العام، لكن هذه الطريقة سمحت أيضاً بدخول صور الحرب المفزعة وجثث
ياها كل المنازل الأمريكية مما أدى إلى تلاشي تأييد الرأي العام للحكومة الأمريكية، وهو ما
ي نهاية الأمر إلى خسارة الحرب عسكرياً وإعلامياً. وليس ذلك فحسب، بل إن إذاعة
يقات العلنية لفضيحة ووترجيت التي جاءت بعد انسحاب القوات الأمريكية من فيتنام
إلى سقوط الرئيس الأمريكي، والأكثر من ذلك أن ذلك البث قد أدى إلى اعتقاد ٤٨٪ من
بكين أن ما حدث في ووترجيت يحدث دائماً في السياسة الأمريكية⁽³⁾، وهكذا فقد نتج عن
التجربة الإعلامية خلال حرب فيتنام « أن ثلاث مؤسسات قد ضحت بشرعيتها بسبب
المشكلة، وهذه المؤسسات هي الرئاسة والكونجرس ووسائل الإعلام »⁽⁴⁾.

وكان من بين أهم نتائج التجربة الإعلامية خلال حرب فيتنام خروج كثير من القادة
كرين في وزارة الدفاع الأمريكية باستنتاج يلقي بلائمة الهزيمة والانسحاب على وسائل
م، الأمر الذي خلق لديهم رغبة قوية بمنع وسائل الإعلام من تغطية الأحداث العسكرية

(1) Debbie Nathan, "Just the Good News, Please," The Progressive, Vol. 55, No. 2, February 1991, p

(2) Ibid.

(3) Robinson, "The Impact...", Op. Cit., p. 24.

(4) Ibid., p. 29.

في المستقبل. وقد راقبت وزارة الدفاع الأمريكية التجربة الإعلامية لبريطانيا خلال حرب الفوكلاند، واتخذت منها حجة تبرر بها موقفه الجديد. يذكر ري هيبيرت Ray Hiebert أن البريطانيين في حرب الفوكلاند حدّوا من تدفق المعلومات للصحافة بشكل كبير وأنهم المهمة قبل أن يبدأ الجمهور العام في زعزعة استقرار المجهود الحربي أو تحطيم الاستمرارية المطلوبة لإنهاء العمل. ومنذ ذلك الوقت أصبحت طريقة تعامل البريطانيين مع الصحافة أُنموذجاً لتعامل الجيش الأمريكي مع الصحافة^(١).

وقد منعت وزارة الدفاع الأمريكية بالفعل رجال الإعلام والصحافة من تغطية عملية الإنزال في جزيرة جرينيدا في عام ١٩٨٣ م. وليس هذا فحسب بل إن قائد العملية الأدميرال جوزيف ميتكالف قد حذر بأنه سيطلق النار على أي قارب يحمل صحافيين يحاول الوصول إلى الجزيرة^(٢). وقال الرئيس ريجان في مؤتمر صحفي خلال الجدل التي أثارها مقاطعة الصحافة «إن وسائل الإعلام في فيتنام لم تكن جانبنا من الناحية العسكرية»^(٣). وعززت الجماعات الإعلامية على رفع قضايا قانونية ضد وزير الدفاع. ولكنها تراجعت بعد أن أوضح لها رجال القانون أن ذلك سيؤدي إلى تعقيد الأمور أكثر في المستقبل. وكرد فعل لموقف وسائل الإعلام، كونت وزارة الدفاع لجنة لدراسة الأمر، وخرجت اللجنة بتوصية مؤداها أن تتم تغطية الأحداث والعمليات العسكرية التي تشترك فيها الولايات المتحدة باستخدام نظام الفريق الإعلامي Media Pool، الذي يتيح لوسائل الإعلام تغطية الأحداث تحت إشراف ورقابة المؤسسة العسكرية^(٤).

واستخدمت وزارة الدفاع الأمريكية هذا التنظيم في عمليات صغيرة في كل من هندوراس ونيكاراجوا، واستخدم مرة أخرى في عملية بنما عام ١٩٨٩ م، حيث أخرج الجيش الأمريكي التقارير الصحفية الأولية، وعزل الصحفيين في مراكز محددة، واعتمد رجال الإعلام على مصادر الجيش الرسمية لكتابة تقاريرهم الإخبارية^(٥). وقد انتقدت وسائل الإعلام الأمريكية هذا التنظيم، إلا أن انتقادها لم يكن حاداً. ومع ذلك، شكلت وزارة الدفاع الأمريكية لجنة أخرى لدراسة منح وسائل الإعلام حرية أكبر في الأحداث العسكرية المشابهة^(٦).

(1) Hiebert, Op. Cit., p. 108.

(2) Nathan, Op. Cit., p. 26.

(3) Ibid.

(4) Ibid.

(5) Heikki Loustarinen, "Innovations of Moral Policy in the Gulf War," Media Development, Special Issue, October 1991, p. 12.

(6) Ibid.

أ: تنظيم التغطية الإخبارية لحرب تحرير الكويت:

دواعي التنظيم: كان تنظيم التغطية الإخبارية في عملية بنينا ناجحاً إلى حد كبير عند نه بالحرية المطلقة التي أعطيت لوسائل الإعلام في حرب فيتنام أو المنع النهائي الذي اتبع ، عملية جرينيدا. وجاءت حرب تحرير الكويت لتؤكد نجاح التنظيم مرة أخرى في تحقيق ارات سياسية وعسكرية للحكومة الأمريكية إلى جانب تحقيقها نصراً إعلامياً كبيراً في بين المحلي والدولي. ولا شك أن حرب تحرير الكويت كانت أكبر حدث عسكري بعد ب العالمية الثانية، وهي في الوقت نفسه أكبر حدث إعلامي في التاريخ البشري. كتب ري ت Ray Hiebert: «تعد حرب الخليج حدثاً إعلامياً كبيراً من عدة نواحٍ، فهي بدون أدنى ، أوسع وأكبر حرب من حيث التغطية الإعلامية في التاريخ البشري. لقد كان بإمكان مور مشاهدة أحداثها في نفس لحظة وقوعها، وفي بعض الأحيان اعتمد الجيش على وسائل دم ليعرف ما كان يحدث. وقد قام بتغطية هذه الحرب حوالي ألف رجل إعلام، وهم أكثر ت ممن قاموا بتغطية غزو الحلفاء لنورماندي خلال الحرب العالمية الثانية⁽¹⁾.

ومنذ البداية، عملت وزارة الدفاع الأمريكية على تنظيم التغطية الإخبارية للحرب، حت إلى حد كبير في ذلك، وتمكنت من التحكم شبه المطلق بكل ما يطلق للرأي العام ي بشكل عام والرأي العام الأمريكي بوجه خاص، واستطاعت أن تنقل للعالم صورة ة للحرب التقنية الحديثة التي تحقق الأهداف العسكرية بفاعلية تامة وبأقل التكاليف ية الممكنة. وقبل أن نستعرض طريقة التنظيم والانتقادات التي أثّرت حولها، ينبغي أن ح أن نجاح قوات التحالف الدولي عسكرياً وسياسياً وإعلامياً، يوضح أهمية ذلك التنظيم، لتنظيم الذي اتبع - بالرغم من الانتقادات التي وجهت له - كشف عن أن له ما يبرره، ي للدلالة على ذلك الإشارة إلى استمرار التأييد الشعبي للرئيس الأمريكي حتى نهاية ب، وأن وسائل الإعلام التي شاركت في تغطية الحرب قد ساهمت مساهمة إيجابية في تعزيز التأييد، وذلك بالتزامها بمعايير التغطية الموضوعية. إن من أهم الأسباب التي نعتقد أنها ت الحاجة للتنظيم ما يأتي:

العمل بتوصيات لجان وزارة الدفاع الأمريكية التي شكلت بعد عملية جرينيدا وبنينا المشار إليهما سابقاً.

الحفاظ على سرية المعلومات العسكرية الخاصة بحجم القوة العسكرية، وتحركاتها، وخططها المستقبلية.

٣ - الحيلولة دون تركيز وسائل الإعلام على الجوانب السلبية للحرب، وعدم إتاحة الفرصة لوسائل الإعلام لنقل كل ما من شأنه التأثير سلباً في اتجاهات الرأي العام في دول التحالف الدولي.

٤ - توظيف وسائل الإعلام واستخدامها لتحقيق أهداف استراتيجية وتكتيكية وذلك عن طريق إمدادها بمعلومات محددة لتصل للقيادة العراقية، وأفراد الجيش العراقي، وللرأي العام العراقي بشكل عام.

٥ - الحفاظ على سلامة رجال الصحافة والإعلام من أخطار الحرب ومن الأخطار الطبيعية في صحراء لم يتعودوا على ظروفها، ويذكر أن ثمن الحرية التي تمتع بها رجال الإعلام في حرب فيتنام قد كان مقتل ٥٣ صحفياً على الأقل بين عامي ١٩٦١ و١٩٧٥^(١).

طريقة التنظيم وقواعدها: عندما بدأت القوات الأمريكية في الوصول إلى المملكة العربية السعودية، لم يكن هناك سوى عدد محدود من مراسلي وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية. وترددت حكومة المملكة العربية السعودية في بادئ الأمر في منح التأشيرات لرجال الإعلام، فبدأت وسائل الإعلام الأمريكية بالانتقاد، وكان رد الحكومة الأمريكية أن القوات الأمريكية ضيف في المملكة العربية السعودية، وأن للمملكة الحق في رفض التأشيرات لرجال الصحافة. ولم يستمر الوضع طويلاً، ففي الحادي عشر من أغسطس تم عقد اجتماع بين ممثلي الحكومة السعودية ومسؤولي وزارة الدفاع الأمريكية لمناقشة الأمر^(٢).

وفي الثاني عشر من الشهر نفسه، أي بعد أربعة أيام من بدء وصول طلائع القوات الأمريكية للمنطقة، نظم البنتاغون فريقاً إعلامياً Media Pool مكوناً من سبع عشر شخصاً يمثلون مختلف فئات وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وتم نقلهم إلى قاعدة الملك عبدالعزيز الجوية في الظهران. وقام هذا الفريق خلال الأسبوعين التاليين بتغطية مكثفة لعمليات وصول القوات الأمريكية^(٣). إلا أن تغطية هذا الفريق قوبلت بانتقاد رجال الإعلام في الولايات المتحدة، واعتبر عدد كبير منهم أن سبب الخلل في التغطية يعود للقيود التي وضعتها قيادة القوات على تحركات رجال الإعلام واتصالهم بمصادر الأخبار، كما شكوا بعضهم من عدم توافر المعلومات عما كان يجري في منطقة الحدود السعودية - العراقية، فلم يسمح للفريق الإعلامي بزيارة تلك المنطقة التي توجد القوات السعودية بها^(٤). بعد ذلك بدأت حكومة

(1) Nathan, Op. Cit., p. 26.

(2) "Media Pool Organized Late. But Worked Well," News Media and the Law, Vol. 14, No. 4, Fall 1990, p. 18.

(3) Ibid.

(4) Ibid.

كة العربية السعودية بمنح التأشيرات لرجال الإعلام والصحافة، فارتفع عدد أفراد الفريق لامي ليصل إلى حوالي ألف شخص كما ذكر آنفاً.

وبالرغم من كثرة عدد رجال الإعلام والصحافة في مسرح العمليات، وطول الفترة نية النسبي لوجودهم قبل وخلال عمليات القصف الجوي والحرب البرية، استطاعت دة العسكرية أن تتحكم بأخبار الحرب وتقاريرها بشكل جيد. وتمكنت من خلال ندامها لنظام الفرق الإعلامية Media Pools وإلزامها رجال الإعلام والصحافة بالتقيد القواعد. من السيطرة على الوضع الإعلامي. يقول أحد خبراء العلاقات العامة: ت الحكومة من «إدارة» أخبار الحرب بشكل جيد، فقد كان هناك قواعد للتغطية الإخبارية لرجال الإعلام نوع الأخبار الحساسة مثل تحركات القوات، والعمليات المستقبلية. ولم س على هذه القواعد رجال الصحافة^(١). واشتملت القواعد المنظمة للتغطية الصحفية التعرض للمعلومات الخاصة بنشاط القوات، وعدد القوات والطائرات والأسلحة ي، وأسماء المنشآت العسكرية، وأسماء المواقع الجغرافية للقوات، إضافة إلى ضرورة ة ضباط الاتصال للصحفيين^(٢).

يصف لوستارينين Luostarinen طريقة التنظيم بشكل مفصل، ويبين أنها احتوت على : أساليب أساسية ساعدت في التحكم بوسائل الإعلام، وفيما يلي تلخيص لهذه ليب^(٣).

التغذية Feeding: استخدمت القوات الأمريكية مجموعة من الاختصاصيين لتقديم مات والصور والأفلام لوسائل الإعلام، وأنتج هؤلاء المختصون أفلاماً رائعة عن الهجمات ة استخدمتها مختلف وسائل الإعلام. كما قدمت المعلومات من خلال المؤتمرات الصحفية لة على الهواء مباشرة مما أتاح للقيادة العسكرية فرص توصيل المعلومات التي تريدها هور دون وسيط أو شرح وتفسير وتعليق من رجال الإعلام.

التنافس Competing: استخدمت قيادة قوات التحالف الدولي نظام الفرق الإعلامية برة media pools لنقلها لجهات القتال برفقة ضباط اتصال، ولم تكن هذه المجموعات عب أكثر من عشر (١٠/١) رجال الإعلام والصحافة الموجودين في مسرح العمليات، ما يقوم أجد أفراد الفريق بالإخلال بتلك القواعد تعاقب المجموعة الإعلامية كاملة. القيادة باختيار أفراد الفرق الإعلامية، وهو ما أدى إلى خلق تنافس قوي بين الصحفيين

(1) Hiebert, Op. Cit., p. 109.

(2) "Media Pool..." Op. Cit., p. 18.

(3) Luostarinen, Op. Cit., pp. 12-13.

أدى إلى التقيد بتعليمات القيادة العسكرية.

التقييد Restricting: كانت أهم قاعدة مقيدة لعملية التغطية تقضي بمنع إجراء أي مقابلة في الجبهة دون الحصول على إذن سلفاً، ووجوب إجرائها بحضور مندوب القوات. وكانت عقوبة سحب الامتياز كافية لتقييد رجال الإعلام بذلك. وفي بداية الأمر طلبت قوات التحالف إمداد القيادة بأشرطة مسجلة لجميع المقابلات التي يجريها المندوبون، ولكنها اكتفت بعد ذلك بحضور ضباط الاتصال تلك المقابلات. أما القاعدة الثانية فتتعلق «بالمراجعات الأمنية - Security Reviews»، إذ لم يسمح بإرسال أي تقرير إلا بعد مراجعته. ويبرر الجيش هذه العملية الرقابية بأن الهدف منها منع حصول العدو على أية حقائق عسكرية مهمة. وبالإضافة إلى ذلك، وبسبب اعتماد الوسائل على القوات في الانتقال والنقل اللاسلكي، قام الجنود المسؤولون بتأخير إرسال بعض التقارير الإخبارية.

وقد نجحت قيادة قوات التحالف الدولي باتباعها تلك القواعد في السيطرة على تدفق المعلومات من الميدان إلى الجمهور، وأثبتت التجربة نجاحها في الحفاظ على تأييد الرأي العام الأمريكي ووقوفه بحماسة إلى جانب سياسات الرئاسة الأمريكية. إن اهتمام الحكومة الأمريكية لكسب الرأي العام في هذه الحرب كان كبيراً للغاية، وقد وظفت الحكومة الأمريكية مختلف وسائل وأساليب العلاقات العامة لتحقيق ذلك. يقول هيربرت Hiebert: «إن استخدام الاتصال الجماهيري أصبح جزءاً أساسياً في حروب الوقت الحاضر، وإن العلاقات العامة أصبحت سلاحاً قوياً في هذه الحروب، وفي حرب الخليج، حاول الطرفان توظيف الكلمات والصور الذهنية للمعارك، وهو أمر لا جديد فيه فالدعاية كانت دائماً جزءاً من الحرب، ولكن الجديد في «عاصفة الصحراء» هو شدة اهتمام الحكومة الأمريكية ووزارة الدفاع الأمريكية بالقتال من أجل الحصول على التأييد الجماهيري في الداخل وذلك باستخدام كافة الممارسات التقليدية للعلاقات العامة بما في ذلك الاستراتيجيات السياسية، وعلاقات الوسائل، وعلاقات المجتمع المحلي، وعلاقات الموظفين وإدارة الأزمات»⁽¹⁾.

تقييم طريقة التنظيم: لم يكن هناك سوى عدد محدود من الانتقادات التي وجهت لطريقة تنظيم التغطية الإخبارية التي اتبعتها قوات التحالف الدولي. ولم تكن الانتقادات حادة بشكل عام. ومع ذلك فإن هناك من رأى أن تلك الطريقة قد أهانت وسائل الإعلام، وأنها أدت إلى حجب الحقيقة عن الرأي العام. وفي حين تفسر القيادة العسكرية نظام الفرق الإعلامية بالحفاظ على سلامة الصحفيين وأن الغرض من مراجعة التقارير هو التأكد من عدم تسرب معلومات مهمة للعدو، شكك بعض رجال الصحافة والإعلام في ذلك، واعتبروا أن الهدف من

(1) Hiebert, Op. Cit., p. 108.

ة على التقارير هو منع وصول أية صور سلبية للحرب إلى الولايات المتحدة مما قد يؤدي إلى سلبية في توجيهات الرأي العام^(١). وانتقد أحدهم الدور الذي قامت به الصحافة بقوله: لا من أن يكون رجال الصحافة أمناء، وينقلون معلومات غير منحازة، سقط كثير منهم ، دور المشجع العسكري . . . إن وسائل الإعلام قامت بدور مشجع خدام سياسات س الأمريكي بوش، وقد أدت ذلك الدور بشكل أقل كشافاً من قيامها بدور الساخر من م حسين^(٢). كما انتقدت جريدة واشنطن بوست The Washington Post رجال الإعلام شرح العمليات، فكتبت: «في المؤتمرات الصحفية، بدا المراسلون وكأنهم أغبياء . . . ين نفس السؤال عدة مرات، ومن شدة الإحباط لديهم أصبحوا يسألون أسئلة لا يستطيع الإجابة عنها، أو لا يمكن لأحد الإجابة عنها حتى لو عرف الإجابة. وهم يشتكون من أن نهم لا تحباب، إنهم غاضبون لأن الجيش لا يسمح لهم بالذهاب لأي مكان . . . ولم يتضح كانوا يدركون أن الحرب حقيقية، وأنهم يفهمون الأمور العسكرية . . . لقد تضررت ائل الإعلامية^(٣). وانتقد أحد الباحثين الدور الذي قامت به وسائل الإعلام بقوله: «يبدو حاً أن العلاقة المتبادلة بين الصحافة والحكومة وما نتج عن تلك العلاقة من تأثير على الرأي م ربما تكون قد أخلت بالعملية الديمقراطية الأمريكية، فبدلاً من أن تساعد الجمهور ماركة في العملية من خلال التعبير الإيجابي والديناميكي للأفكار، خدمت الصحافة بشكل تعزيز وجهات نظر الاتجاه السائد الخاص بالصفوة^(٤)».

والمعروف أن قواعد التغطية الأخبارية للحرب قد وضعت منذ بدء وصول القوات يكية إلى المنطقة، وتم وضعها بالتعاون مع مديري الأخبار في شبكات التلفزيون المهمة. ب في الأمر، أن تلك القواعد لم تثر استياء رجال الإعلام في البداية، وربما نظر إليها بأنها ن لوسائل الإعلام أكثر مما كانت تتوقعه. كتبت مجلة النيوز ويك News Week منتقدة رجال ثل الإعلام لسلبيتهم وقبولهم بالقواعد التي وضعت: «في لعبة اللوم المتبادل، يبدو أن مين الحقيقيين هم مديرو الأخبار الذين قبلوا القواعد السخيفة قبل الحرب. لو حذر هؤلاء م المشاركة، ربما أدى ذلك إلى تخفيف القيود. إن الجيش بحاجة للتلفزيون لبناء وإبقاء د للحرب أكثر مما يحتاج التلفزيون الجيش لزيادة أعداد مشاهديه^(٥)». ويؤكد آخرون أن

(1) Luostarinen, Op. Cit., p. 13.

(2) Steward, Op. Cit., p. 10.

(3) "The Gulf Between Media and Military: In Briefing Room Skirmishes The Officers Score a Log Victory," By Henry Allen, The Washington Post, February 21, 1991, p. D1.

(4) Abbas Malek and Lisa Leidig, "US Press Coverage of the Gulf War," Media Development, S Issue, October 1991, p. 19.

(5) "Clippings from the Media War: Why the Press Was One of the Gulf's Casualties," By Jonathan . The News Week, March 11, 1991, p. 52.

رجال الإعلام قد قبلوا بالقواعد الموضوعية تطوعاً ودلّوا على ذلك بأنه من بين مئات الآلاف من التقارير لم تخالف القواعد سوى أربعة أو خمسة تقارير^(١). ويقول آخر: «لم يكن هناك سوى اعتراض محدود من قبل وسائل الإعلام على القيود الموضوعية، وأغلب تلك الاعتراضات كانت ثانوية»^(٢).

إن وسائل الإعلام الأمريكية التي تعودت على التمتع بحرية نشر تامة ترفض من حيث المبدأ أي تنظيم يحد من هذه الحرية. ولكنها لم تكن قوية في رفضها للقواعد الموضوعية خلال حرب تحرير الكويت. إن ذلك الموقف يمكن أن نفسره بعدة تفسيرات، منها:

١ - خوف وسائل الإعلام من المقاطعة النهائية كما حدث في عملية جرينيادا، وحرصها على تحسين علاقتها بوزارة الدفاع آنذاك، وإدراكها أن نتائج التعاون مع البنتاجون تؤدي إلى نتائج أفضل من المجابهة، وبذلك تستطيع الحصول على المواد الإخبارية اللازمة لتقدمها للقراء أو المستمعين أو المشاهدين.

٢ - إن القواعد لم تكن صارمة بالقدر الذي صوره البعض، والدليل على ذلك إصرار أحد مراسلي النيويورك تايمز على عدم حضور ضباط الاتصال المقابلات التي كان يجريها مع الجنود، وتضمنته تقاريره تلميحات حول تردد الجنود في خوض المعركة^(٣).

٣ - إن الرقابة على التقارير الإخبارية كانت أيضاً غير صارمة، بنقل بعض الجوانب السيئة للحرب. على سبيل المثال، تضمن أحد التقارير التلفزيونية التي خضعت للرقابة العبارات التالية: «إنه لشئ فظيع، الملل، العزلة، العقارب... لا يمكنك إزاحة الرمل من جسدك... البرد قارس جداً... مدينتك الملعونة تتحرك بكاملها... الخيام تقع. إنني قلق بحق إلى متى يستطيع جنودنا الانتظار... إنهم سيصابون بالجنون»^(٤).

٤ - إن النتائج الإيجابية التي انتهت إليها الحرب، أثبتت للجميع جدوى ذلك التنظيم، وأسكتت الأصوات النقدية، ولهذا لم تثر وسائل الإعلام القضية بشكل ملحوظ بعد انتهاء الحرب.

٥ - إن الرأي العام الأمريكي كان إلى جانب الحكومة في موضوع التقييدات حيث بينت مسح الرأي العام خلال الحرب أن ٨٠٪ من أفراد الشعب الأمريكي يؤيدون التقييدات التي وضعتها وزارة الدفاع الأمريكية على وسائل الإعلام، وإن ٦٠٪ منهم كانوا يرون ضرورة

(1) Luostarinen, Op. Cit., p. 13.

(2) Helio F. Garcia, "On Strategy and War: Public Relations Lessons from the Gulf," Public Relations Quarterly, Vol. 36, No. 2, Summer 1991, p. 31.

(3) Nathan, Op. Cit., p. 27.

(4) Ibid.

وضع مزيد من التقييدات، كما رأى ٨٠٪ منهم أن وسائل الإعلام قد قامت بدور ممتاز خلال الأزمة^(١).

وبالرغم من وجود بعض السلبيات، يقر أغلب رجال الإعلام والصحافة أن التجربة ناجحة جداً، وأنها كانت أفضل بكثير من تجربتهم خلال عملية بنها^(٢). إن نجاح قوات حالف الدولي في تنظيم عملية التغطية الإعلامية قد حقق انتصاراً آخر لتلك القوات على ائيل الإعلام، وقد كتبت مجلة النيوز ويك News Week ما نصه «بنفس المهارة التي أبدتها بش في تحقيق التفوق العسكري في ميدان المعركة، حقق الجيش نوعاً آخر من التفوق على ائيل الإعلام»^(٣). ونقلت جريدة الوول ستريت جرنال The Wall Street Journal عن أحد قادة العسكريين قوله: «يقول البعض أن وسائل الإعلام هي العدو، والواقع أن وسائل علام ما هي إلا ميدان معركة آخر، يجدر بك أن تنصرف فيه»^(٤).

وتجدر الإشارة إلى أن الرقابة وحدها ليست سبباً كافياً لتحقيق الانتصار الإعلامي الذي قته قيادة قوات التحالف الدولي خلال حرب تحرير الكويت، وإن السبب الحقيقي يكمن في عية وسلامة الهدف الذي جاءت من أجله تلك القوات. إن الرقابة، مهما كانت صارمة، لا ن أن تحجب الحقيقة، وإن حجبها فلن يستمر ذلك طويلاً. إن التنظيمات الخاصة بالتغطية علامية لا تستطيع أن تجعل من الهزيمة نصراً، كما أنها لا يمكن أن تحول النصر إلى هزيمة. إن ق قوات التحالف الدولي كان حقيقة، كما أن انتصارها كان حقيقة، وهذه الحقائق هي أهم باب الانتصار الإعلامي الذي تحقق. ومع ذلك فإننا يجب ألا ننكر المهارة الفائقة التي أبدتها دة قوات التحالف الدولي في إدارة العملية الاتصالية. وثمة أسباب أخرى ساعدت في تحقيق صر الإعلامي، ومنها^(٥).

— وضوح أهداف الحرب، وسهولة شرحها للرأي العام، وإمكانية فهمها من قبل أفراد الجمهور العام. وقد كانت أهداف حرب تحرير الكويت الأساسية تنحصر في طرد العراقيين من الكويت وإعادة الحكومة الشرعية له، ولم تكن الأهداف واضحة مفهومة للأمريكيين في حرب فيتنام، مثلاً.

(1) Cees J. Hamelink, "The Gulf War, The Media and Human Rights," Media Development, Special Iss October 1991, p. 4.

(2) "Media Pool...", Op. Cit., p. 18.

(3) "The Secret History of The War: Prodigious Planning and Unshakable Will Produced a Fam Victory," By Tom Matthews, The News Week, March 10, 1991, p. 28.

(4) "US Used Press as a Weapon," By Walter S. Mossberg. The Wall Street Journal, February 28, 1991 A3.

(5) Garcia, Op. Cit., pp. 29-31.

٢ - الاتصال من القمة، فقد حرصت الإدارة الأمريكية على توصيل المعلومات والسياسات من قبل أفراد القيادة السياسية والعسكرية العليا، وكانت البيانات والمؤتمرات الصحفية الهامة تلقى من قبل وزير الدفاع ورئيس الأركان «باول» وقائد قوات التحالف الدولي «نورمان شوارزكوف».

٣ - اتخاذ موقف هجومي، فالهدف معروف، وماتزود به وسائل الإعلام يكرس نفس المبدأ مرات ومرات، والمعلومات كانت تقدم للصحافة قبل أن تسأل القيادة عنها، وبكم وفي.

٤ - التغطية الصحفية وسيلة وليست هدفاً، وبمعكس ما حدث في جرينيда، فإن أهم تغيير في اتجاه وزارة الدفاع نحو الصحافة هو أن الصحافة يمكن أن تلعب دوراً مسانداً للسياسة، وبدلاً من إبعاد الصحافة من المهم إتاحة الفرصة لها بحدود لتساعد في تحقيق الأهداف.

خامساً: الخلاصة والإستنتاجات :

اتضح من خلال الاستعراض السابق أن هناك تأثيراً متبادلاً بين السياسة التحريرية لوسائل الإعلام الأمريكية والسياسة الخارجية للحكومة الأمريكية، وأن تناسق المواقف بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسة السياسية يساعد كثيراً في تسهيل قيام الحكومة بمهامها لما تحظى به من تأييد ودعم جماهيري. كما تبين أن تغطية الحروب بشكل عام مهمة صعبة بالنسبة لوسائل الإعلام، وهي مسألة حساسة ومهمة بالنسبة للدولة. لذلك ونظراً لتضارب مصالح المؤسسات الإعلامية ومصالح المؤسسات العسكرية المعنية، فإن هناك حاجة لتنظيم عمليات التغطية الصحفية للحروب بشكل عام، وإن تعاون المؤسسة الإعلامية مع المؤسستين السياسية والعسكرية مطلوب في أوقات الحرب أكثر مما هو مطلوب في أي وقت آخر.

كما تبين من العرض السابق، أن تجارب وزارة الدفاع الأمريكية مع وسائل الإعلام خلال أربع حروب أو عمليات عسكرية اشتركت فيها القوات الأمريكية أو كانت طرفاً أساسياً بها، قد انتجت نموذجاً مناسباً أثبت صلاحيته ونجاحه خلال حرب تحرير الكويت. وكانت وزارة الدفاع الأمريكية قد أعطت وسائل الإعلام حرية مطلقة غير محدودة خلال الستينات ومطلع السبعينات في حرب فيتنام وأثبتت هذه التجربة فشلها، ويمكن القول أن «الحرية المطلقة» التي تمتع بها رجال الإعلام آنذاك كانت تعني ببساطة غياب التنظيم وعشوائية التغطية، وهو ما أدى - مع أسباب أخرى - إلى تلاشي التأييد الجماهيري للحكومة، ثم إلى انسحاب القوات الأمريكية وإسقاط الرئيس الأمريكي آنذاك.

ثم جاءت التجربة الثانية في الثمانينات عندما قامت وزارة الدفاع الأمريكية بعملية الإنزال في جزيرة جرينيда، حيث اتخذت الإدارة العسكرية قراراً غريباً يقضي بمنع رجال

الام والصحافة منعاً باتاً من الدخول للجزيرة لتغطية العملية . وكانت هذه التجربة فاشلة من الناحية الإعلامية والصحفية ، وتسببت في إثارة وسائل الإعلام والمهتمين بقضاياها ، فع وزارة الدفاع الأمريكية لتشكيل لجنة لدراسة الموضوع ووضع الحلول المناسبة لإشكالية العمليات العسكرية التي تشترك فيها القوات الأمريكية .

وعملأً بتوصيات اللجنة ، وبعد خمس سنوات من عملية جرينيدا ، نظمت وزارة الدفاع يكية فريقاً صحفياً لمرافقة القوات الأمريكية في عملية بنها ، ووضعت بعض القيود على ات رجال الإعلام والصحافة وبعض القواعد التي تحدد طبيعة ونوعية المعلومات الحساسة ينبغي عدم التعرض لها . وكانت التجربة «الحل الوسط» بين التجريبتين السابقتين . وعلى م من انتقاد بعض وسائل الإعلام لتلك الطريقة فإنها حققت إلى حد بعيد أهداف القيادة كرية وأهداف وسائل الإعلام الأمريكية .

ومنذ أن بدأت القوات الأمريكية بالوصول إلى أرض المملكة العربية السعودية ، خدمت القيادة الأمريكية نفس الأسلوب المستخدم في عملية بنها ، حيث سمحت لرجال الام والصحافة بالتغطية ، وأعطتهم حرية محدودة لتغطية خطط الحرب وأحداثها ونتائجها . أثمرت هذه الطريقة مرةً أخرى وتمخضت عن انتصار عسكري لقوات التحالف الدولي سار جماهيري تمثل في استمرار تأييد الرأي العام الأمريكي لسياسة الرئيس بوش ، وانتصار مي استطاع أن يوفر المعلومات والأخبار للجماهير القراء والمستمعين دون أن يلحق الضرر أو ف معلومات عسكرية أو سياسية سرية .

ختاماً ينبغي أن نبين أن هذه المقالة لا تدعو إلى تقييد حرية الإعلام والنشر حتى في أوقات ات والكوارث والحروب ، ولكنها تدعو - من خلال استعراض التجربة الإعلامية في حرب ر الكويت - إلى ضرورة تنظيم عملية التغطية ، وضرورة التنسيق بين المؤسسة العسكرية سسة الإعلامية لضمان تحقيق أكبر قدر ممكن من أهداف المؤسستين . إن الحرية التامة ثل الإعلام خلال الأزمات والحروب يمكن أن تلحق الضرر بالأهداف السياسية والعسكرية لة ، كما أن المنع التام للتغطية الإعلامية يسلب من وسائل الإعلام حقها ، ويحرمها القدرة الاضطلاع بمسؤوليتها لإخبار وتوجيه وتبصير الرأي العام . ولهذا السبب ، فإن التنظيم سيق فيما بين المؤسستين العسكرية والإعلامية في أوقات الأزمات والكوارث والحروب ح أمراً ضرورياً لكي تتمكن المؤسستان من تحقيق أهدافهما .

References

- "Clippings from the Media War: Why the Press Was One of the Gulf's Casualties,"
By Jonathan Alter, The News Week, March 11, 1991, p. 52.
- Coggeshall, Reginald, "Diplomatic Implications in International News," Journalism Quarterly, Vol. 11, No. 2, June 1934, pp. 141-159.
- Epstein, Edward J., News From Nowhere, New York: Random House, 1973.
- Epstein, Edward J., "The Strange Tilted World of TV Network News," Reader's Digest, February 1974, pp. 142-46.
- Epstein, Edward J., "The Values of Newsmen," Television Quarterly, Vol. 10, No. 2, Winter 1973, pp. 9-20.
- Garcia, Helio F., "On Strategy and War: Public Relations Lessons from the Gulf," Public Relations Quarterly, Vol. 36, No. 2, Summer 1991, pp. 29-32.
- Glass, Charles, "No News is bad News," Index on Censorship, Vol. 18, No. 1, January 1989, pp. 7-8, 22.
- Hamelink, Cees J., "The Gulf War, The Media and Human Rights., Media Development, Special Issue, October 1991, pp. 3-4.
- Hiebert, Ray E., "Public Relations as a Weapon of Modern Warfare," Public Relations Review, Vol. 17, No. 2, Summer 1991, pp. 107-116.
- Herman, Edward S. and Noam Chomsky, "Propaganda Mill: The Media Churn out the Official Line," The Progressive, Vol. 52, No. 6, June 1988, pp. 14-17.
- Kaplan, Frank L., "The Plight of Foreign News in The U.S. Mass Media," Gazette, Vol. 25, No. 4, 1979, pp. 233-243
- Karl, Patricia A., "In the Middle of the Middle East: The Media and U.S. Foreign Policy," in Edmund Ghareeb (ed.), Split Vision, Washington: The American-Arab Affairs Council, 1983, pp. 283-298.
- Leff, Donna, David Protess and Stephen Brooks, "Crusading Journalism: Changing Public Attitudes and Policy-Making Agendas," Public Opinion Quarterly, Vol. 50, Fall 1986, pp. 300-315.
- Lent, John A., "International News: Foreign News in American Media," Journal of Communications, Vol. 27, Winter 1977, pp. 46-51.
- Loustarinen, Heikki, "Innovations of Moral Policy in the Gulf War," Media Development, Special Issue, October 1991, pp. 10-14.
- Malek, Abbas, "New York Times' Editorial Position and the U.S. Foreign Policy: The Case of Iran," Gazette, Vol. 42, No. 2, 1988, pp. 103-119.

- Malek, Abbas and Lisa Leidig, "US Press Coverage of the Gulf War," *Media Development*, Special Issue, October 1991, pp. 15-20.
- "Media Pool Organized Late, But Worked Well," *News Media and the Law*, Vol. 1, Fall 1990, p. 18.
- Nathan, Debbie, "Just the Good News, Please," *The Progressive*, Vol. 55, No. 1, February 1991, pp. 25-27.
- Oldendick, Robert and Barbara Bardes, "Mass and Elite Foreign Policy Opinion," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 46, No. 3, Fall 1982, pp. 368-382.
- Potter, Philip, "Political Reporting: The Criteria of Selection," in Richard W. (ed.), *Politics and the Press*, Washington: Dept. of Journalism, Univ. of Maryland, 1970, pp. 105-116.
- Robinson, John P., "Comprehension of Television News: How Alert is the Audience?," paper presented to the Radio-Television Division of the AAEP, Boston, August 1980.
- Robinson, Michael J., "The Impact of the Televised Watergate Hearings," *Journal of Communication*, Vol. 24, No. 2, Spring 1974, pp. 17-30.
- Steward, Hal D., "A Public Relations Plan for the US Military in the Middle East," *Public Relations Quarterly*, Vol. 35, No. 4, Winter 1990-91, pp. 7-10.
- "The Gulf Between Media and Military: In Briefing Room Skirmishes The Official Score a Lopsided Victory," By Henry Allen, *The Washington Post*, February 1991, p. D1.
- "The Secret History of The War: Prodigious Planning and Unshakable Resolutions Produced a Famous Victory," By Tom Matthews, *The News Week*, March 1991, p. 28.
- Traber, Michael and Philip Lee, "After the Gulf War: New Communication Problems to Solve," (Editorial), *Media Development — Special Issue*, October 1991, p. 1.
- Tuggle, Charlie, "Media Relations During Crisis Coverage," *Public Relations Quarterly*, Vol. 36, No. 2, Summer 1991, pp. 23-28.
- Warner, Malcolm. "TV Coverage of International Affairs," *Television Quarterly*, Vol. 7, No. 2, Spring 1968, pp. 60-75.

