

الإعلام الأمريكي بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١، دراسة في تأثير المتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة

م.د. أحمد شكير محل الخفاجي

Ahmedshukaer8585@gmail.com

أ.م.د. مهند خضرير علي الجبوري

mohanad80kha@gmail.com

الكلية التربية المفتوحة/ مركز كركوك التعليمي

الملخص

سعى البحث إلى تسليط الضوء على مدى تأثر الإعلام الأمريكي بالمتغيرات الأمنية والسياسية التي طرأت في الساحة الأمريكية بسبب وقوع هجمات الحادي عشر من سبتمبر على أبراج التجارة ومبني البناغون، وكيفية تعامله مع الوضع المستجد في ذلك الوقت، وتهيئته الأجواء العامة لما سُمي في حينه التحالف الدولي لمكافحة الإرهاب، والجهود الكبيرة التي بذلها الإعلام الأمريكي من أجل إضفاء الشرعية على مواقف الحكومة الأمريكية وسياساتها وقراراتها التي أعقبت تلك الأحداث.

إن ما ميز أحداث ١١ أيلول/سبتمبر ٢٠٠١ ليس الهجوم في حد ذاته، على الرغم من شدته وخطورته على الولايات الأمريكية المتحدة، بل في ما نتج عنه من متغيرات أمنية وسياسية طارئة، وما لحقه من تداعيات وتحولات شملت كل القطاعات في الولايات المتحدة الأمريكية، ولاسيما الإعلام الذي فرض عليه التعامل مع هذه القضية بكل وسائله ومجهوداته من أجل تهيئة الأجواء المناسبة للسياسة الأمريكية الجديدة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الإرهاب، أحداث سبتمبر.

American Media after the Events of September 11, 2001, A Study

of the Impact of Emergency Security and Political Variables

Lecturer Dr. Ahmed Shukir Mahal Al-Khafajy

Assistant Professor Dr. Muhannad Khadir Ali Al-Jubouri

Open College of Education \ Kirkuk Educational Center

Abstract

The research sought to shed light on the extent to which the American media was affected by the security and political changes that occurred in the American arena after the September 11 attacks on the

trade towers and the pentagon building, and how it dealt with the new situation at that time, and how it prepared the general atmosphere for what was called at the time the international coalition. To (combat terrorism), and the great efforts made by the American media to confer legitimacy on the positions, policies, and decisions of the American government that followed those events.

What distinguished the events of September 11/2001, was not the attack itself, despite its severity and danger to the United States of America, but rather the emergency security and political changes that resulted from it, and the subsequent repercussions and transformations that included all sectors in the United States of America, especially the media that was imposed on him, dealing with this issue with all its means and efforts in order to create the appropriate atmosphere for the new American policy.

Keywords: Media, Terrorism, September Events.

المقدمة:

عُدَّت أحداث ١١ أيلول/ سبتمبر عام ٢٠٠١ منعطفاً سياسياً وأمنياً مهماً بين مراحلتين من السياسة الخارجية والداخلية الأمريكية، وأضافت أبعاداً جديدة على المجتمع الأمريكي، بعد أن صور له الإعلام الخطر المحيط به، والعدو الذي يتربص بوجوده، فضلاً عن تأسيس أنماطاً جديدة من العلاقات الدولية كان دافعها الأول ما أطلق عليه في وقتها التحالف الدولي لمحاربة الإرهاب، وما احتلال أفغانستان والعراق إلا تطبيقاً عملياً لتلك السياسة، والتي أدى الإعلام دوراً أساسياً في تشكيلها والتهيئة لها، عبر وسائله المتعددة، وأساليبه المتغيرة، وفق المتغيرات الأمنية والسياسية التي سادت في وقتها.

يقول أحد الكتاب المعاصرین: "كلما كانت هناك حرب كان هناك إعلام، وكلما كان هناك إعلام كانت هناك معلومات وبيانات ومعطيات، فالمعلومات هي مادة الإعلام وأداته التي تعد عصب الحرب، ومن أهم العوامل الحاسمة في مسارها ونتائجها".

زاد الصراع الدولي من استخدام الأساليب المختلفة من أجل التأثير في المجتمعات والسيطرة على الشعوب والعمل على احتوائها، ومن أبرز تلك الأساليب الإعلام ووسائله المتعددة كونه الأكثر تأثيراً، والأوسع انتشاراً، مما دفع الدول الكبرى للسيطرة عليه، وهو ما زاد من انتشار ظاهرة الإعلام الموجه.

أمسى للإعلام دوراً واضحاً في نطاق العلاقات الدولية، لاسيما بعد المتغيرات التي طرأت على المجتمع بشكل عام، متمثلة بتأثير الرأي الجماهيري على السلوك والقرار السياسي، والتطور الكبير في تكنولوجيا الاتصالات والإعلام، مما جعل الدعاية الإعلامية إحدى أدوات السياسة الخارجية لأي دولة، ولاسيما الولايات المتحدة الأمريكية التي أصبح لعلامتها دور بارز في تنفيذ السياسة الخارجية.

ولأجل تسلیط الضوء على العلاقة بين السياسة الخارجية والإعلام، ودور الأخير في صنع وتطبيق أجندات السياسة الخارجية الأمريكية، نتيجة الظروف التي أفرزتها هجمات الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١، والفرصة التي أتيحت لوسائل الإعلام لتأدية دوراً بارزاً في السياسة الخارجية الأمريكية.

وهدف البحث إلى الإجابة على تساؤلات عدة أهمها:

- ١ _ ما هي المتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة التي فرضتها أحداث الحادي عشر من سبتمبر؟
 - ٢ _ كيف تعامل الإعلام الأمريكي مع المتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة على الساحة الأمريكية؟
 - ٣ _ كيف وظف الإعلام الأمريكي تلك المتغيرات من أجل إظهار الخطر المحيط بالولايات المتحدة الأمريكية؟
 - ٤ _ كيف استطاع الإعلام الأمريكي تهيئة الأجواء العامة للتحالف الدولي لمكافحة الإرهاب؟
 - ٥ _ كيف تعامل الإعلام الأمريكي مع الجمهور الداخلي والخارجي بخصوص الحرب الأمريكية على الإرهاب؟
 - ٦ _ كيفية تسويق بعض الدول على أنها راعية للإرهاب إعلامياً؟
 - ٧ _ ما التضليل الإعلامي الذي استخدمه الإعلام الأمريكي في توجيه الأنظار إلى الخطر المزعوم الذي مثله كل من أفغانستان والعراق؟
 - ٨ _ ماهي الجهود التي بذلها الإعلام الأمريكي من أجل إضفاء الشرعية على المواقف والسياسات والقرارات التي اتخذتها الحكومة الأمريكية عقب تلك الأحداث؟
 - ٩ _ ما هي التأثيرات والتحولات التي فرضتها تلك الأحداث على الإعلام بشكل عام.
- وعن أهمية البحث، فتمثلت في دراسة أهمية أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١، كونها أحداث فاصلة في التاريخ الأمريكي، كانت لها تبعات ومتغيرات طارئة على المستويات كافة، انعكست على الإعلام الأمريكي، فضلاً عن كونها ظرف استثنائي معقد جداً، مجهول فيه الطرف المهاجم، ويشوبه الكثير من الغموض، لذلك فهو محل جذب للمتلقى الذي يجهل حياثاته وتفاصيله، ومن هنا بُرز دور وسائل الإعلام الأمريكي كونها المصدر الرئيس للمعلومات والأخبار الخاصة بالأحداث.

فضلاً عن أهمية دراسة الإعلام الأمريكي في ظل هكذا أحداث فاصلة، وكيفية تكيفه مع الإجراءات الحكومية الاستثنائية التي فرضتها المتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة، ودوره في رسم وفرض الأجندة الأمريكية التي تبعت وقوع أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

وашتمل البحث على ثلاثة محاور أساسية هي:

١ _ نبذة تاريخية عن الإعلام الأمريكي، تحدثنا فيه عن أبرز محطات الإعلام الأمريكي، مع إعطاء بعض النماذج عن استخدام الإعلام في الحروب التي خاضتها الولايات المتحدة الأمريكية.

٢ _ الإعلام الأمريكي في ظل المتغيرات السياسية والأمنية الطارئة التي فرضتها أحداث سبتمبر، تناولنا فيه الهزة الكبيرة التي تعرضت لها الولايات المتحدة الأمريكية بسبب تلك الهجمات بكافة قطاعاتها الأمنية والسياسية والاقتصادية، ومدى تأثير تلك الصدمة على المواطن الأمريكي الذي بدأ يبحث عن ماهية تلك الهجمات، ومن المتسبب بها، وما هي الدافع التي وقفت وراءها، فلم يكن أمامه سوى وسائل الإعلام التي بدأت الحكومة الأمريكية بتوجيهها من أجل تطمئن المواطنين، ودعوتهم للتوحد والتمسك بالروح الأمريكية، من أجل الأخطار المحيطة بهم.

٣ _ التغطية الإعلامية للمتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة، وتهيئة الأجواء العامة للتحالف الدولي لمكافحة الإرهاب، فصلنا فيه كيفية تغطية وسائل الإعلام الأمريكية لتلك الأحداث من الساعات الأولى لوقوعها، فضلاً عن التوجيهات الحكومية لوسائل الإعلام في ظل تلك المتغيرات، وصولاً إلى العمل الدؤوب الذي قامت به وسائل الإعلام الأمريكية في تهيئة الأجواء العامة للتحالف الدولي لمكافحة الإرهاب الذي شن الحرب نحو كل من أفغانستان والعراق كرد فعل على تلك الهجمات.

أولاً_ نبذة تاريخية عن الإعلام الأمريكي:

الإعلام هو إحدى أقدم الفعاليات التي مارسها الإنسان، إذ ظهر مع بدايات محاولات الإنسان في تلبية النداء الفطري للعيش ضمن محيط الأسرة والجماعة، لذلك وجب عليه أن يجد الطريقة المناسبة التي يعبر فيها عن أفكاره ومشاعره تجاه الآخرين، وكانت وسائل الإعلام في ذلك الوقت بسيطة وبذائية، لكنها ازدادت تعقيداً بمرور الوقت وتبعاً للتطور الحضاري الذي تسارع وصولاً إلى العصر الحديث الذي امتازت وسائل الإعلام فيه بالضخامة والتوسع والتطور المستمر^(١).

عرف المجتمع الأمريكي الإعلام المكتوب المتمثل بالصحافة بعد عقود عددة من ظهوره في المجتمعات الأوروبية^(٢) وشهد ذلك الإعلام تطوراً كبيراً عبر التاريخ، بدءاً من عهد الاستعمار البريطاني للولايات المتحدة الأمريكية الذي شهد تأسيس أول جريدة على يد بنيامين فرانكلين^(٣).

توفرت للإعلام الأمريكي ظروفاً مناسبة للتطور والازدهار، وقطعت الولايات المتحدة الأمريكية أشواطاً عديدة في مجال حرية الصحافة، لا سيما بعد حدوث أول تعديل دستوري عام ١٧٩١، ونصه "لن يضع الكونغرس قانوناً يضيق حرية التعبير والصحافة" ، وأعطى هذا التعديل خصوصية للإعلام الأمريكي جعلت منه أكثر نظام إعلامي ليبرالي، وذلك لا يعني عدم وجود ضغوطات حكومية وتضييق على الحريات الإعلامية في الداخل الأمريكي^(٤).

بعد تطور أدوات السياسة الخارجية، وتحول الدعاية الإعلامية إلى إحدى أهم تلك الأدوات، لجأت العديد من الدول إلى استخدامها في سبيل تنفيذ سياساتها الخارجية، كانت الولايات المتحدة من أبرز تلك الدول^(٥).

اشتد تسييس الصحافة الأمريكية بعد الاستقلال، إذ بدأت الحرب الإعلامية بين الصحف حول موضوع الفيدرالية، وانضم عدد غير قليل من الساسة والمفكرين عبر الصحف إلى تلك المعركة، منهم من كان داعم ومؤيد للنظام الفيدرالي ويدعو إلى تطبيقه في الولايات المتحدة الأمريكية ومنهم من كان رافضاً لـ تلك الفكرة، وأصبحت الصحف هي ميدان تلك المعركة السياسية^(٦).

أنشئت الولايات المتحدة الأمريكية في ٢٤ فبراير عام ١٩٤٢ أولى إذاعاتها الدولية، إذاعة صوت أمريكا^(٧)، وهي إذاعة موجهة تبث بعدة لغات^(٨).

تارياً لم يكن الإعلام الأمريكي متطابقاً مع توجهات الحكومات في كل الأوقات، فبعد عام ١٩٥١، حدث بعض التراجع في العلاقة بينهما، إذ بدأ الكثير من الإعلاميين سياسة التدخل والرقابة والتحديد المفروضة من قبل أجهزة الحكومة على وسائل الإعلام ولا سيما تلك التي تنقل أخبار الجيش الأمريكي وترافقه في ميادين العمليات^(٩).

ومما أعطى الإعلام أهمية كبرى في أوقات الأزمات والحروب والأوضاع الاستثنائية، هو قدرته على تشكيل وصنع الرأي العام، وظهوره كقوة مؤثرة في توجيه السياسات العامة في الدول الغربية^(١٠). لذلك استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية الإعلام في حروبها منذ السبعينيات، وكان للإعلام دور بارز في تحديد مسارها، لذلك أصبح من الأدوات التي اعتمدت في استراتيجيتها العسكرية، وصنفت كسلاح يستخدم كقوة ناعمة لها دور كبير في تحقيق النصر النفسي والمعنوي^(١١).

تعد الولايات المتحدة الأمريكية المثال الأوضح في عملية توظيف الإعلام لخدمة سياساتها الخارجية، وما كانت لتصل إلى ما هي عليه من قوة وتأثير على المستوى السياسي والاقتصادي والعسكري الدولي لولا إعطاء الإعلام مكانته الحقيقية في تهيئة ونشر وتنفيذ سياساتها الخارجية^(١٢). إذ تبنت الولايات المتحدة الأمريكية بعد نهاية الحرب الباردة سياسة أكثر تدخلية في مجال الإعلام، وظهرت فكرة امتلاك الدولة لوسائل الإعلام من أجل عمل تأثير أكبر في

تحديد أجندة السياسة الخارجية الأمريكية، ولكي تصبح أداة بأيدي صناع القرار تمكنهم من ترويج أجندهم السياسية^(١٢). كما أدركت بعض القوى والذئاب والجهات الأمريكية بأن الإعلام سلاح سياسي واقتصادي وثقافي فعملت على تكريس مصادرها المادية والبشرية من أجل السيطرة على وسائله والتحكم عبء بالرأي العام الأمريكي والدولي من أجل تحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية، ومن أبرز تلك القوى والجهات بعض الشركات الكبيرة متعددة الجنسيات، ووكالة الاستخبارات المركزية، فضلاً عن مجلس العلاقات الخارجية في الكونغرس^(١٤).

وتعتبر فلسفة الإعلام الأمريكي انعكاساً لفلسفة المجتمع الأمريكي نفسه، وهو مجتمع رأسمالي تجاري هدفه حماية مصالحه، إذ تعد المصلحة هي الاعتبار الأول لديه، ومن ثم تليها الاعتبارات الأخرى^(١٥). وعادة ما يقوم مسؤولوأجهزة الإعلام الأمريكي بوضع أسس عملية بث المادة الإعلامية والإشراف عليها، وتلك المادة غالباً ما تحدد مواقف ومعتقدات الجماهير^(١٦).

وهناك متغيران أساسيان حددان فلسفة الإعلام الأمريكي هما:

١ _ تقديم الولايات المتحدة الأمريكية أمام الرأي العام الدولي، على أنها دولة ملتزمة بقواعد السلوك الدولي، ومؤكدة على سلوك السلم الدولي، وأن تقاليدها تعد نماذج حية للتقدم والديمقراطية.

٢ _ تقديم الولايات المتحدة الأمريكية للمجتمع الدولي على أنها الدولة الممثلة للاستقرار والتقاهم السياسي، عبر قيادتها الديمقراطية المعبرة عن خصائص رجل الدولة الحقيقي^(١٧).

أما بخصوص ملكية وسائل الإعلام، فقد استطاع اليهود السيطرة على أكبر المؤسسات الإعلامية الأمريكية ذات التأثير القوي، والجمهور الواسع، والرأي المؤثر، وأبرزها: شبكة سي إن إن^(١٨)، وشبكة أي بي سي^(١٩)، وصحيفة نيويورك تايمز^(٢٠) التي تعد الصحيفة الموجهة للشارع الأمريكي^(٢١)، وقد أدت دوراً هاماً في توجيه الرأي العام الأمريكي في عدد من القضايا، وتعد الجريدة الرسمية ومنها تعلن كل تصريحات الحكومة الأمريكية^(٢٢)، والواشنطن بوست^(٢٣) الجريدة السياسية الأولى في الولايات المتحدة، والتي يقرأها معظم صانعي القرار السياسي، وصحيفة وول ستريت جورنال^(٢٤)، وهي صحيفة التجارة والمال ويقرأها غالبية رجال الأعمال والسياسيين والمستثمرون، ولها قراء خارج الولايات المتحدة الأمريكية^(٢٥).

و عمل الإعلام الأمريكي على تكييف الرأي العام وفق الأهداف المادية والسياسية للكتل المتحكمة بإدارة المجتمع الأمريكي، ولكي تكتمل الصورة بشكل أدق نحو الأسس التي عمل عليها ذلك الإعلام، يجب علينا أن نعرف كيف يعمل، فالإذاعة تعد الد Razr الطويل للإعلام الخارجي الأمريكي نظراً لما تمتلكه من قدرات دعائية كبيرة، لذلك خضعت الإذاعة والتلفزيون للإشراف الحكومية حتى في حالة كونهما مشاريع خاصة، إذ توجد في الولايات المتحدة الأمريكية محطات تلفزيونية وإذاعية حكومية استخدمتها الحكومة لأغراض الدعاية الخارجية، ومنها صوت أمريكا و

إذاعة البناغون، وتولت اللجنة الفيدرالية للعلاقات الخارجية مهمة الإشراف على تلك المحطات والإذاعات^(٢٦).

وعن علاقة الإعلام بالسياسة، قيل أن النظام الإعلامي في مجتمع معين ما هو إلا انعكاس للنظام السياسي والاجتماعي في ذلك المجتمع ، وفي ما يخص المجتمع الأمريكي فقد أدى ضعف اهتمامه بالقضايا الدولية، وإجماع نخبه الحاكمة حول أهداف سياسة الولايات المتحدة الأمريكية الخارجية إلى اعتماد وسائل الإعلام الأمريكية بشكل كبير على الدولة، مقابل دعم كبير لسياستها الخارجية^(٢٧).

وعندما الحديث عن دولة كبرى مثل الولايات المتحدة الأمريكية، فنحن نتحدث عن دولة تدعي مراعاة الحريات العامة، ومن المفترض أن نجد فيها إعلام حر ونزيه، ولكن ماذا لو كانت النتيجة عكس المتوقع، وأن ما نسبته (٩٠ %) هو إعلام موجه، يعمل لخدمة السياسات الحكومية، ومحروم من مسألة البحث وكشف الحقائق للرأي العام الأمريكي والدولي، لاسيما في بعض القضايا التي تخص السياسة الداخلية والخارجية^(٢٨). إذ عانت وسائل الإعلام الأمريكية من مسألة الوصول إلى المعلومات والأخبار التي تخص الحكومة، إذ احتفظت الأخيرة بالمعلومات التي تخصها باعتبارها سرية، استمر الحال كذلك حتى بدأت تلك الوسائل تشتكي من هذا الأمر حتى شكلت ضغطاً قوياً على الحكومة مما دفع الكونغرس لإصدار قانون سمي بقانون حرية المعلومات عام ١٩٩٦ ، الذي أعطى الحق لوسائل الإعلام بالوصول إلى المعلومات الحكومية بشكل أكبر^(٢٩).

وعن أهمية الإعلام ففي عام ١٩٩٦ تحدث الرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون William Jefferson Clinton عن ذلك قائلاً : "إن الدولة التي تستطيع ترجمة ثورة الإعلام ستكون الدولة الأقوى على المدى المنظور، وهذه الدولة هي الولايات المتحدة الأمريكية، فهذه السلطة اللامادية ستجعلنا متحكمين في العلاقات الدولية بالذنب لا بالقوة، فلم يعد هناك مجال لتحمل النفقات العسكرية الباهظة"^(٣٠).

وبشكل عام يعد جهاز الإعلام الأمريكي أحد أكبر الأجهزة الإعلامية في العالم بسبب امتلاكه مؤسسات كبرى، وعدد كبير من المحطات الفضائية والإذاعية والمجلات والصحف المنتشرة في كل أنحاء العالم، وهي مصدر أساسى للأخبار في العالم كله وليس في داخل الولايات المتحدة فقط^(٣١).

ويتبين لنا أن الاهتمام الحكومي الأمريكي بوسائل الإعلام نابع من أهمية دوره كأداة مؤثرة في السياسة الخارجية، إذ قرأ صانعي السياسة الأمريكية الواقع السياسي بصورة جيدة، وأدركوا أن الإعلام هو الجيش الأقوى في القرن الحادى والعشرين، فرصدوا له الميزانيات الكبيرة، والاهتمام البالغ، ليمهد الطريق أمام استراتيجياتهم السياسية والأمنية والاقتصادية.

ثانياً_ الإعلام الأمريكي في ظل الأمنية والسياسية الطارئة التي فرضتها أحداث سبتمبر:
فرضت أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ على المجالين الأمني والسياسي متغيرات كبيرة، وعُدت تحدياً صعباً للفكر السياسي الأمريكي، كونها أظهرت فشل استراتيجيتهم القائمة على مبدأ "الردع والاحتواء"، وأدخلت تحدياً غير مسبوق تمثل بدخول "الإرهاب" لأول مرة كمتغير فاعل في السياسة الدولية^(٣٣).

كما هزت تلك الأحداث المجتمع الأمريكي، وزرعت في داخله الخوف من القادم، مما دفع المواطن الأمريكي إلى البحث عن مؤسسة قادرة على حمايته، وهنا بُرِز دور الإعلام عبر نشر الأناشيد القومية الأمريكية، وإبراز نزعة العودة إلى الأمة الأمريكية^(٣٤).

أصبح الهاجس الأمني هو الهاجس الأكبر للسياسة الأمريكية بعد الأحداث، وأسهم الإعلام الأمريكي بذلك عبر توظيف المتغيرات الأمنية والسياسية المتمثلة بالإرهاب بحجة الدفاع عن المواطن الأمريكي أينما وجد، وتسويقه ذلك عبر منابر الإعلامية المتعددة^(٣٥).

اكتسحت وسائل الإعلام بترسانتها المصطلحية، وقوة تأثيرها، وتنامي تطبيقاتها التقنية، صياغة الأذهان، عبر الخطابات والتحليلات وتعزيزها بالتحليل والشرح^(٣٦).

في ظل تلك المتغيرات الطارئة بات من المهم لدى الحكومة الأمريكية أن تفك في سياسة أمنية جديدة وفعالة، تتعدي مفهوم الردع والاحتواء، وتظهر مبدأ الهيمنة والتقوّق للولايات المتحدة الأمريكية، وانعكس ذلك واضحاً على الإعلام الأمريكي الذي بدأ بتوجيه الجماهير إلى فكرة دخولهم مرحلة حرب مختلفة عن الحروب السابقة من حيث الزمان والمكان والحال^(٣٧).

كما جاءت الأحداث لتعلن بشكل عملي نهاية مرحلة وبداية مرحلة جديدة شهدتها الإعلام الأمريكي، إذ بدأت الحكومة الأمريكية بفرض أساليب رقابية مباشرة وغير مباشرة على الحريات الإعلامية وفق مبررات المصلحة القومية، وتمثلت بإصدار الحكومة لما عرف بـ قانون مكافحة الإرهاب، الذي رأه البعض طريقاً لحصر الحريات، عبر إطلاق يد بعض الأجهزة الأمنية في مراقبة الحريات^(٣٨). إذ غيرت مفردة الإرهاب سياسة الولايات المتحدة الأمريكية، وغيّرت معها التعبير الإعلامي اللين الذي كان يدعوا إلى التغيير عبر استنساخ النموذج الديمقراطي الليبرالي، وأظهرت الوجه الآخر لراعي البقر المؤمن بمنطق الحروب، والذي أطلق عبارة: "من لم يكن معنا فهو ضدنا"^(٣٩). لذلك سعت الولايات المتحدة الأمريكية إلى حمل العالم على تقبل خطابها الإعلامي الذي أملت عبّره مفهومها الخاص بالخير والشر، والعدو والصديق، وغيرها من المفاهيم، وقد وجدت بالإعلام الطريقة الأفضل لذلك الالماع، لذلك حملت وسائل الإعلام العباءة الأكبر في تلك المهمة السياسية والثقافية والأيدلوجية^(٤٠).

أثناء الحروب والأحداث الكبرى والأزمات يصبح لكلمات والمصطلحات التي يستخدمها الإعلام معاني ودلّالات خاصة وبعيدة عن الحيادية، وهي في الغالب تهدف إلى تعبئة الجمّهور مع

توجه أو موقف معين، وتعمل على إثارة العواطف الإنسانية كالخوف والغضب والرضا والرفض^(٤٤)، وطرأت على وسائل الإعلام الأمريكي مصطلحات وتوصيفات معينة لم تكن تستخدم قبل الأحداث بتلك الكثرة، ومنها التطرف، الاعتدال، الصقور والحمائم، وهي مصطلحات عبرت في وقتها عن مدى الاختلاف الأيديولوجي والسياسي تجاه دور وسياسة الولايات المتحدة الأمريكية بعد الأحداث^(٤٥). فضلاً عن دخول مفردات جديدة إلى قاموس الإعلام الأمريكي منها (الرعب، الترويع، الإرهاب)، وبدأت تكرر بشكل يومي على وسائله المتعددة^(٤٦).

كما عُدت تلك الأحداث النقطة الفاصلة في عملية حجب المعلومات عن الإعلام، وتزويد هذه بالمعلومات التي تريدها الحكومة الأمريكية، وعدتها حكومة بوش الابن تبريراً مقنعاً لسياساته التي تلخصت بقوله: "من شأنها أن تكون لصالح أعدائنا"^(٤٧).

وفي ذات الوقت عُدت نقطة تحول تاريخية في الخطاب الإعلامي الأمريكي، وفرصة سانحة للمنظومة الإعلامية الأمريكية للسيطرة على الرأي العام الدولي^(٤٨). فقد أفرزت أحداث الحادي عشر من سبتمبر الكثير من الأخبار، ونالت اهتماماً إعلامياً لا مثيل له، إذ تهافتت المؤسسات الإعلامية بكل توجهاتها السياسية^(٤٩).

واستطاعت وسائل الإعلام الأمريكية الكبرى من استغلال تلك الأحداث وتصدير فكرة أن تنظيم القاعدة والمتطرفين المسلمين هم الضالعين فيها، رغم عدم تقديم الحكومة الأمريكية في وقتها أي دليل قاطع على ذلك، لأن جميع منفذي العملية قصوا انتحراً أثناء التنفيذ ، كما استغلت تلك الوسائل تعاطف العالم مع الولايات المتحدة الأمريكية ووظفت توجهاته في خدمة السياسة الأمريكية الخارجية^(٥٠).

وكون الإعلام هو العنصر الأهم في السياسة الخارجية الأمريكية فقد أدت الأحداث إلى التحامه بشكل كبير في تلك السياسة، وعمل على تعبئة الجماهير الأمريكية بالتوجهات الحكومية حتى أصبح جهازاً ايدلوجياً يدار من قبل الحكومة الأمريكية^(٥١).

وعن العلاقة بين محتوى الإعلام الأمريكي وملكية وسائله، ذكر نعوم تشومسكي أن مالكيه لهم دور كبير في تحديد مادة المحتوى، وإذا ما حصل تعارض مع توجهات المالكين والمحتوى المعروض فإنهم يقومون بتقييد عرضه أو تحديده عبر متابعة العاملين بتلك الوسائل وإلزامهم بالتوجهات المطلوبة^(٥٢).

وبما أن مهمة الإعلام أثناء الحرب والأحداث الكبيرة هي رسم صورة الحرب وفق القياسات المراد تسويقها من قبل الحكومة للرأي العام، وذلك عبر استخدام صور مضللة تطلق من حجج محرفة هدفها تقييد حرية الاستقبال لدى المتلقين^(٥٣). ولأن الجمهور ركن أساسي في الإعلام، وهو المستهدف من التغطيات الإخبارية، واهتماماته ومصالحه وتوقعاته و موقفه من الوسيلة

الإعلامية هي أبعاد مهمة للقائمين عليها، ومؤثرة في طريقة تقديم تلك التغطيات بالطريقة المرضية والمناسبة لجمهورها^(٥١). فقد استخدمت الحكومة الأمريكية ما يعرف بـ التدفق الإعلامي، وهو استخدام الإعلام ضد الجماهير عبر التحكم بمضامينه بواسطة الحكومات والقوى السياسية وأصحاب وسائل الإعلام، ومفاده التلاعُب بتدفق الأخبار والمعلومات والخطابات السياسية، عبر وكالات الأخبار والوسائل الإعلامية الأخرى^(٥٢).

وبعيد تلك الهجمات، قامت صحيفة وول ستريت جورنال بإجراء استطلاع لعدد من رجال الأعمال وأصحاب المصارف والاستثمارات والأثرياء الذين لديهم استثمارات في الولايات المتحدة الأمريكية، والذين عبروا عن غضبهم من السياسة الأمريكية الداعمة لعدد من الأنظمة المتسلطة والديكتاتورية حسب وصفهم^(٥٣). مما يعني أن الأمور تتجه نحو شن الحرب.

كما شكلت تلك الأحداث سبباً في بروز نظرية إعلامية جديدة هي نظرية الدعاية السياسية المسلحة والحربيّة، وتمثلت بوضع عدد من القوانين التي هدفت إلى تسخير الإعلام في عملية حفظ الأمن الداخلي من الهجمات الإرهابية، وفي ساحات القتال الخارجية، فضلاً عن كونها سبباً في إصدار قانون "باتريوت" وهو قانون الدفاع الذي أجاز للحكومة الأمريكية المراقبة والملاحقة والاعتقال لكل ما يشكل خطراً على الأمن القومي الأمريكي بما في ذلك الإعلام^(٥٤).

كما غيرت وسائل الإعلام الأمريكية لغتها الدبلوماسية إلى لغة حملت مصطلحات القوة والعنف والتهديد للآخرين^(٥٥). وأبرز تحول شهده الإعلام أنه عمل بكل امكانياته وأنشطته من أجل تأدية دور محوري في إبراز مفاهيم الانتماء، والقومية، والعنصرية، والدفاع عنها بكل وسائله المتاحة^(٥٦). وهو دور لم يكن ليؤديه لولا التحول الأمني السياسي الكبير الذي شهدته الساحة الأمريكية.

وكانت الحرب الدولية على الإرهاب هي المشهد الجديد الذي تعاملت معه وسائل الإعلام الأمريكية، ولاسيما حرب احتلال أفغانستان والعراق^(٥٧). إذ ارتكز الخطاب الإعلامي الأمريكي على دعاية أن قيام نظام ديمقراطي في البلدين سيكون ملهمًا لدول المنطقة في تبني مفهوم التحول الديمقراطي الكامل^(٥٨). وبالنتيجة جاء ذلك مطابقاً لتقسيم النظريات الكلاسيكية المتعلقة باللغوية الإعلامية الأمريكية للأحداث، ومفادها أنها انعكاس حقيقي لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه الدول التي جرت بها بعض الأحداث، وهي نتيجة حقيقة لتأثير الإعلام بسياسة الخارجية الأمريكية^(٥٩). وأن التعامل إعلامياً مع البيانات والمعلومات الصادرة من البيت الأبيض معناه التعامل مع بيانات علاقات عامة، صادرة من جهة سياسية تتعامل بنهج هندسة الجمهور من أجل توصيل الرسائل والأفكار والصور الذهنية التي تريدها تلك الجهة، واستعمال البيت الأبيض في تحقيق تلك الغاية، أساليب الدعاية السياسية، والتداوُل الإعلامي، بوصفهما من وسائل هندسة الجمهور تجاه القضايا التي طرحتها^(٦٠). ونعتقد أن هذا التقسيم ينطبق على معظم

وسائل الإعلام الحكومية، بحكم أنها أشبه ما تكون بالدوائر الحكومية، وتنطبق عليها كل التعليمات التي تصدر من الحكومة، لذلك بدأت أسئلة جوهرية تطرح نفسها في الشارع الأمريكي، بسبب انهيار الكثير من الشكليات التي كان يتبعها الإعلام الأمريكي كحرية التعبير والديمقراطية واحترام الآخرين، ولاسيما بعد الحملة التي شنها ضد الإسلام، والدول المعارضة لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه مسألة الإرهاب.

ثالثاً **التغطية الإعلامية للمتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة، وتهيئة الأجواء العامة للتحالف الدولي لمكافحة الإرهاب.**

كانت حكومة الولايات المتحدة الأمريكية بحاجة إلى حرب من أجل التنفيذ عن الاحتقان الكبير لدى الشعب الأمريكي، فبدأوا بمطالبة العالم للاصطدام معهم، فكان الإعلام أول المصطفين بجانب الحكومة في رفع شعار الحرب، بل إنه أدى دوراً محورياً في الإعداد والتغطية، إذ أخذ يوجه السياسة والسياسيين، وبدأ صناعها يبحثون على قدر أكبر من التأثير وليس من الحقيقة^(٦١).

في النهاية استقر الرأي العام الأمريكي بعد الأحداث على سياسة الأخذ بالثار والانتصار للكرامة الأمريكية عبر ضرب قواعد الإرهاب في أفغانستان، لكن الأخيرة لم تكن تملك مقومات الحدث الإعلامي الذي يلفت أنظار العالم، فالحكومة الأمريكية أرادت استعراض قوتها العسكرية الكبيرة من أجل استرجاع هيبتها، وتأمين جبهتها الداخلية التي اهتزت بسبب الأحداث^(٦٢).

وانساقت أغلب المؤسسات الإعلامية الأمريكية واندفعت مع قرارات المؤسسة العسكرية الأمريكية، التي كان شعارها بعد أحداث سبتمبر (الحرب على الإرهاب)^(٦٣). وبدأت الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها المستهدف الأول من تلك الهجمات بدعاوة المجتمع الدولي لإنشاء تحالف دولي عسكري تحت قيادتها لمكافحة الإرهاب، مستخدمة بذلك خطاباً إعلامياً حاداً لخصه كلام الرئيس الأمريكي جورج بوش: "من ليس معنا فهو مع الإرهاب"^(٦٤). حتى إن الانطباعات العامة كانت تحوم حول الإعلام الأمريكي بأنه موجه ومنحاز إلى منطق الحرب، وأن القائمين عليه تناسوا مهمة الإعلام الرئيسية التي تتمثل بالمسائلة والتشكيك والموضوعية، ووضعوه في خدمة الحكومة وتوجهاتها السياسية^(٦٥).

وهذا لا يعني بالضرورة اندماج كل وسائل الإعلام والحكومة الأمريكية، فبعد قيام القوات الأمريكية بقصف إذاعة صوت الشريعة الأفغانية في الثامن من تشرين الأول/ أكتوبر عام ٢٠٠١، حصل توتر واضح بين بعض وسائل الإعلام الأمريكية التي عدت هذه التصرفات بمثابة استهداف وتكميم للإعلام^(٦٦).

رصدت الحكومة الأمريكية عدد كبير من خبراء الدعاية والإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، فضلاً عن عدد من الفضائيات والإذاعات بهدف الترويج للسياسة الأمريكية ومحاولة

إنقاذ الشعوب الإسلامية والערבية بحسن النوايا الأمريكية تجاه أفغانستان، فضلاً عن ذلك حرص الإعلام الأمريكي على حشد التأييد الدولي لمشروع تحالف مكافحة الإرهاب، واستغلت حكومة بوش الأحداث لشن الهجوم السياسي على المختلفين مع سياستها في هذا المجال^(٦٧).

قامت قناة سي أن أن الفضائية، بنقل كلمة الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش **George W. Bush**^(٦٨)، الذي عذر الهجوم بمثابة حرب على الولايات المتحدة الأمريكية على الرغم من عدم معرفة منفذه، مع وجود مصادر أشارت إلى ضلوع تنظيم القاعدة فيه^(٦٩).

كما جندت الحكومة الأمريكية عدد من المؤسسات الإعلامية للقيام بالدعائية وال الحرب النفسية لبلورة الخطاب الإعلامي الأمريكي والذي هو جزء مهم من الخطاب السياسي^(٧٠).

كانت الأحداث فرصة مناسبة للإعلام من أجل نشر الدعايات السياسية، وامتصاص الغضب الشعبي، واستغلالها في الدعاية الانتخابية، فقد استفاد منها الرئيس جورج بوش في حملته الانتخابية ورفع من شعبيته في تلك المدة^(٧١).

وفرضت حكومة الرئيس بوش تعتميم إعلامي على الرأي العام الأمريكي عبر إنشاء مكتب الاتصالات الكوني، وهو جهاز موجه للإعلام ومسطير عليه، يديره موظفون من وزارة الخارجية والدفاع والبيت الأبيض ومجلس الأمن القومي، بالتنسيق مع مكتب إعلام رئيس الوزراء البريطاني توني بلير، من أجل وضع الخطوط العامة لوسائل الإعلام^(٧٢).

كما وجهت الحكومة الأمريكية وسائل الإعلام بمنع وصول الإرهابيين إلى الجمهور وحرمانهم من وسائل الإعلام، ومنع بث تسجيلاتهم الفيديوية^(٧٣).

وهناك تفاوت كبير في طبيعة معالجة الأحداث من وسيلة إعلامية إلى أخرى، تبعاً لعدة عوامل سياسية واقتصادية وإيديولوجية، وفي ما يخص وسائل الإعلام الأمريكية فإن معالجتها لمثل هذه الأحداث فهو أمر مثير للاهتمام، كونها أكثر الوسائل الإعلامية انتشاراً وقوة، وتربعها على مساحة حضور كبيرة في الساحة الدولية، لاسيما في الأحداث التي تكون الولايات المتحدة الأمريكية طرفاً فيها^(٧٤).

وامتازت الأخبار والبيانات الصحفية التي خرجت من الجهات السياسية بقوتها الإعلامية، وكل ما صدر عن البيت الأبيض مر عبر بوابات الإعلام الأمريكية، والوكالات الإعلامية الدولية، ومن الأمثلة على ذلك تغطيتها للحرب الأمريكية على العراق، إذ اتسمت بتزييل المعلومات، من أجل تزييل الرأي العام المحلي والدولي، عبر إطلاقها الإشاعات الكاذبة عن امتلاك العراق ترسانة نووية^(٧٥).

كما شهد الإعلام الأمريكي تحولات في المضامين المطروحة، إذ حملت أشكالاً أخرى منها الإرهاب والحرية، وخطر النظام العراقي السابق وأسلحة الدمار الشامل، والتحالف الدولي والديمقراطية^(٧٦).

وعلى سبيل المثال روجت قناة **فوكس نيوز**^(٧٧) للحرب الاستباقية ضد الإرهاب، إذ كانت تستضيف مؤيدي سياسة الحرب على الإرهاب فقط، والداعين لغزو أفغانستان والعراق، فضلاً عن الشعارات التي كانت تضعها على شاشتها، وتخصيص فريق ضخم من الإعلاميين لمرافقة الجيش الأمريكي في أفغانستان والعراق^(٧٨).

أرادت الولايات المتحدة الأمريكية توضيح أن حربها على الإرهاب ليست حرباً على الإسلام، من أجل تقadi النزعات العنصرية داخل المجتمع الأمريكي، فمنذ بداية التحشيد لتلك الحرب استخدمت كثير من المفاهيم لتبرير سلوكها مثل الإرهاب والسلام والخير والشر ومعسكر الخير والشر، وهذه مفاهيم عامة لا يمكن عبرها كسب الحلفاء^(٧٩). ونعتقد أن دور الإعلام الأمريكي بُرِز في هذه التفصيلة المهمة، عبر محاولة توضيح تلك المفاهيم، وعدم توجيهها توجيهًا دينيًّا أو قوميًّا.

كما أنشأت الحكومة الأمريكية مركز التحالف الإعلامي عام ٢٠٠١ بإشراف **كارين هيوغنر Karen Heugenz** وهي مستشارة الرئيس الأمريكي بوش الابن، والمستشار الإعلامي لـ **توني بلير Tony Blair** (١٩٩٧_٢٠٠٧^(٨٠))، وهدف المركز إدارة الإعلام المتعلق بالحرب على الإرهاب وغزو أفغانستان، ومكتب الخطط الخاصة، ومهمته التلاعُب بالمعلومات الإعلامية، بهدف تضخيم التهديد الذي مثّله أسلحة الدمار الشامل العراقية، فضلاً عن منظمة اللجنة من أجل تحرر العراق، ومكتب الدبلوماسية العامة، ومكتب الاتصال الكلي، وهدفها بشكل عام التهيئة للحرب ضد العراق^(٨١).

وركزت وسائل الإعلام الأمريكية على أساليب الحرب النفسية عبر اسقاط المنشورات على الأرضي العراقي والتي دعت فيها إلى عدم استخدام السلاح واستقبال قوات التحالف والتعاون معها، فضلاً عن ربط النظام العراقي السابق بتنظيم القاعدة والإرهاب وامتلاكه أسلحة نووية بدون تقديم أي دليل قاطع بذلك، واستخدام إذاعة سوا^(٨٢) الناطقة باللغة العربية تمهدًا لنشر أخبار التحالف^(٨٣).

وفي ما يخص العراق فإن التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة لم تكن حيادية، ولم تقرد وسائل إعلامية معينة في تغطيت وفي ما يخص العراق فإن التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة لم تكن حيادية، ولم تقرد وسائل إعلامية معينة في تغطيتها، ولم تعد أخبارها حكراً للإعلام الغربي وهذا جانب إيجابي، أما الجانب السلبي فقد تمثل في اختلاف المشهد الإعلامي بين الوسائل الإعلامية الغربية والعربية، حتى بدا للمتابع أن كل منهما يغطي حرباً غير تلك التي جرت في العراق^(٨٤).

وكانت الكذبة الأبرز التي ادعاها الإعلام الأمريكي، أن الحرب على العراق كانت لامتلاكه أسلحة الدمار الشامل، وأخذ بتزويدها عبر وسائله المختلفة بدون أي أدلة واقعية، وكانت تلك الكذبة من أهم عناصر الدعاية للحرب التي شنت على العراق^(٨٥).

وسعَت الولايات المتحدة الأمريكية إلى التأثير في الرأي العام عبر الرسائل الإعلامية، من أجل إيجاد المبررات للوجود العسكري في العراق، واتبعت وسائل الإعلام الأمريكية سلسلة من الخطوات عبر أدواتها المختلفة ركزت فيها على إظهار الرجل الأمريكي بصورة المنقذ للشعوب^(٨٦).

نعتقد أن الإعلام الأمريكي تأثر كثيراً بالمتغيرات الأمنية والسياسية الطارئة المتمثلة بأحداث الحادي عشر من سبتمبر، وشهد عدد من التحولات في مضمونه، وطرق طرحه وأساليبه، فضلاً عن غايته وتوجهاته المعلنة.

كما تم توجيه سؤال لنعوم تشومسكي^(٨٧) عن رأيه في التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الأمريكية لذلك الحادث وهل هي موازية لتغطيتها لحرب الخليج؟ أجاب قائلاً: "ليست التغطية الإعلامية بهذا التطابق الذي اعتقاده الأوربيين، ويرجع ذلك إلى اطلاعهم على النيو يورك تايمز والناشيونال بابليك راديو، ف النيو يورك تايمز ذكرت أن: "دق طبول الحرب لا يكاد يسمع في شوارع نيويورك، وأن دعوات السلام فاقت إلى حد كبير دعوات القصاص" ، وأكد تشومسكي أن هناك رغبة جماعية اشتركت الجميع فيها في التعرف على المهاجمين ومعاقبهم، لكن ذلك لا يعني الهجوم العشوائي وقتل الكثير من الأبرياء، غير أن وسائل الإعلام الأمريكية الكبيرة، عملت بشكل مستمر على رص الصنوف، وتبعد المواتنين، ودعم القوة في وقت الأزمات^(٨٨).

كما طرَّح سؤال على كبير مذيعي الأخبار في شبكة سي إن إن، هل بالغنا في تغطيتنا لأحداث الحادي عشر من سبتمبر وتداعياتها؟ فأجابه: "نعم ربما بالغنا في تغطيتنا، فقد حاولنا فعل الشيء الصحيح، لكننا لسنا ملائكة، فهناك جانب تجاري وتسويقي في عملية نقل الأخبار لا يمكن تجاهله"^(٨٩).

ومن أبرز التحولات التي طرأت على الإعلام الأمريكي بعد الأحداث، هو أن أغلب القنوات الفضائية والأرضية الأمريكية استسلمت بشكل كامل، وعرضت الأخبار والتحليلات التي تريدها الحكومة الأمريكية فقط، بسبب التضييق الذي مورس عليها من قبل المؤسسة العسكرية ومؤسسات الاستخبارات والأمن^(٩٠).

كما كشفت أحداث الحادي عشر من سبتمبر أن وسائل الإعلام خانت رسالتها ولم تفلح في كشف حقيقة ذلك الحدث وأبعاده وأهدافه، بل سارعت إلى فبركة وقائعه حسب أهواء مالكيها ومصالحهم، ضاربة بذلك أدبيات الموضوعية والنزاهة والالتزام بالحقيقة عرض الحائط^(٩١).

كان من ضمن التحولات أيضاً هو تشكيل صورة العرب والمسلمين في الشارع الغربي والأمريكي تحديداً، إذ تجاوزت تلك الصورة من مرحلة التشويه إلى مرحلة الإقصاء، فقد استغلت الأطراف اليمينية تلك الأحداث وبدأت عبر وسائل الإعلام بحملة كبيرة ضد العرب والمسلمين، كما نالت المؤسسات الخيرية الإسلامية نصيبها من التشويه الإعلامي الأمريكي، إذ اهتمت صراحة بأنها مؤسسات داعمة للإرهاب، كما اتخذت الحكومة الكثير من الإجراءات الميدانية والقانونية من أجل تقييد عمل تلك المؤسسات^(٩٢). حتى أن الصحفي نيكولاس فون هوفمان N.V. Hofmann^(٩٣) العامل في صحيفة واشنطن بوست ذكر قائلاً: "لم تشوّه صورة جماعة قومية أو دينية أو ثقافية بطريقة مركزة ومنظمة، في الإعلام الأمريكي بعد أحداث سبتمبر مثلاً حدث مع العرب والمسلمين"^(٩٤).

وعن مدى تأثير المحتوى الذي تبثه وسائل الإعلام، فقد أصبح مؤثراً في إحداث الوعي بالذات وعلاقتها مع الآخرين، فالمحتويات التي تبثها تلك الوسائل قد تجعل الفرد يغير من مواقفه وأراءه وسلوكياته وفق ما يراه ذا قيمة معنوية من أحداث وظواهر وقضايا عرفها عبر وسائل الإعلام^(٩٥).

كما فقد الإعلام الأمريكي بعد الأحداث حريته وحياديته وموضوعيته التي كان يتباھي بها وبالديمقراطية التي كانت تحيطه، وأصبح موجهاً من قبل الحكومة، وتماهي مع مخططاتها العسكرية دون إبداء أي رد فعل أو احتجاج^(٩٦).

كما أن وسائل الإعلام ركزت على نتائج تلك الأحداث وتداعياتها على العلاقات الدولية، والواقع الاقتصادي العالمي، وعدد من المفاهيم مثل الأمن القومي والعلومة، قابلاً إهمال الأسباب التي أدت إلى تلك الأحداث، وسبب استهداف الولايات المتحدة الأمريكية بالتحديد^(٩٧).

بشكل عام أثبتت تلك الأحداث بشكل واضح أن من يملك الإعلام يملك زمام التغيير والسيطرة على الرأي العام للجماهير، ويمكنه دفعها باتجاهات معينة، وكان لتأثير الإعلام الأمريكي مع توجهات الحكومة وآلتها العسكرية دوراً بارزاً في توجيه الرأي العام الأمريكي لصالح سياسات الحكومة الأمريكية في تلك المدة^(٩٨).

فضلاً عن ذلك كشفت أن الإعلام في القرن الحادي والعشرين أصبح صناعة تُقْبَرُ الواقع لا تُقْسَرُه وتشرّحه كما يجب للرأي العام، بل تُقْسَرُه وفق أهواء القوى السياسية والمالية المتحكمة فيه^(٩٩).

لذلك أدى دخول الولايات المتحدة الأمريكية وقيادتها للتحالف الدولي لمكافحة الإرهاب وإدخال الإعلام كعنصر أساسي في التحالف إلى تحويله من إعلام موضوعي إلى إعلام مسيس^(١٠٠).

الخلاصة:

- ١ _ اعتمد الخطاب الإعلامي الأمريكي على فكرة التأثير في العقل الجماعي للجمهور المحلي والخارجي، عبر ربط الهجمات لتي تعرضت لها الولايات المتحدة الأمريكية، بالخطر الكبير الذي تمثله عدد من الحركات والأنظمة الداعمة للإرهاب حسب وصفهم.
- ٢ _ واجهت مسألة حيادية الإعلام الأمريكي نقداً واسعاً من قبل المختصين في المجال الإعلامي والسياسي، في بينما أيدتها البعض، نفها البعض الآخر لدرجة أنه اعتبر الإعلام الأمريكي الدرع الأقوى للشخصيات والأحزاب السياسية المتنفذة في الواقع السياسي الأمريكي.
- ٣ _ كان للإعلام الأمريكي دور كبير في مرحلة ما بعد الأحداث، بعد تبنيه حملة دعائية واسعة في ترويج السياسة الأمريكية الجديدة، وتهيئة وتبصير التصرفات الأمريكية، وإدخال المجتمع الأمريكي بحالة من الخوف والرعب من الخطر الذي تمثله بعض الحركات الإسلامية.
- ٤ _ أصبح الإعلام الأمريكي بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر أداة مستغلة بشكل كبير من قبل الإدارة الأمريكية للتحكم بالرأي العام الأمريكي، وتأثير بالرأي العام العالمي.
- ٥ _ عدم صحة المعتقدات السائدة التي تعتقد بأن الولايات المتحدة الأمريكية هي بلد الديمocratie الكاملة، وأن الإعلام فيها هو الأكثر حرية في العالم.
- ٦ _ هيمنة المؤسسة العسكرية الأمريكية على كل وسائل الإعلام بعد الأحداث، وتحول الأخيرة إلى أداة فاقدة للمثالية والنماذجية التي كانت تدعىها.
- ٧ _ اندماج الإعلام الأمريكي مع تصريحات المؤسسة العسكرية والسياسية الرافعه لشعار "مكافحة الإرهاب" والاصطفاف وراءه.
- ٨ _ تعد الولايات المتحدة الأمريكية من أبرز الدول التي أبدعت في الاعتماد على الإعلام في تهيئة استراتيجيتها السياسية وأهدافها العسكرية الجديدة التي اعتمدت其 بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، إذ أظهر إعلامها على أنها الدولة الأقوى سياسياً وعسكرياً واقتصادياً وإعلامياً، وأنها وضعت كل تلك الإمكانيات في مواجهة خطر الإرهاب.
- ٩ _ اعتمدت الحكومة الأمريكية سياسة التضليل الإعلامي في سياستها ما بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ عبر وسائل إعلامها الكبيرة.
- ١٠ _ اهتمام الحكومة الأمريكية بالإعلام من أجل خدمة أهدافها واستراتيجياتها السياسية والأمنية والاقتصادية عبر توجيه رأي الشارع الأمريكي وكسب تأييده لتوجهات الحكومة وسياستها، لأن الانعكاس السلبي للإعلام سيؤثر على الرأي الداخلي ويشكل معوقاً أمام صانع القرار.
- ١١ _ وجود علاقة وظيفية بين المؤسسات المسيطرة على الإعلام وبين مؤسسات صنع القرار الأمريكية، فعلى ضوء رغبة الثانية تحرك الأولى لكي توفر لها الغطاء الإعلامي المطلوب وتسويقه عالمياً.

١٢ _ خطورة الإعلام وما أحدثه من توظيف موجه للرأي العام بهدف تحقيق أهداف الحكومة الأمريكية ومصالحها الخارجية، وببدأ ذلك التوظيف منذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١، مروراً بالحرب على أفغانستان واحتلالها، وصولاً إلى اتهام العراق بامتلاك أسلحة دمار شامل وشن الحرب عليه واحتلاله أيضاً.

١٣ _ توظيف الإعلام باعتباره أهم أدوات السياسة الخارجية الأمريكية في التاريخ المعاصر، ونجاح ذلك التوظيف بشكل كبير أفسر عن تعاطف الرأي الدولي مع السياسة الخارجية الأمريكية وحروبها في منطقة الشرق الأوسط.

الهؤامش:

(١) ناصر بدر الديحاني، التوظيف السياسي للإعلام في السياسة الخارجية، السياسة الإعلامية الأمريكية: دراسة حالة، رسالة ماجستير، معهد بيت الحكم، جامعة آل البيت، (عمان، ٢٠٠٩)، ص ١٧.

(٢) شهرزاد لمجد، الإعلام الأمريكي وإدارة الأزمات دراسة وصفية تحليلية لإدارة أزمة الخليج الثالثة من خلال صحفة International Herald Tribune ١٠ مارس ٢٠٠٣، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ٣ - دالي ابراهيم، (الجزائر، ٢٠١٠)، ص ص ١٠٧.

(٣) محمد هدير، صناعة الخبر في الميديا الأمريكية دراسة حالة قناة فوكس نيوز، اطروحة دكتوراه، كلية العلوم والاتصال، جامعة الجزائر ٣، (الجزائر، ٢٠١٥)، ص ٣.

(٤) لمجد، المصدر السابق، ص ص ١١٢_١٠٨.

(٥) الديحاني، المصدر السابق، ص ١.

(٦) هدير، المصدر السابق، ص ٣٧.

(٧) إذاعة صوت أمريكا: هي أولى الإذاعات الحكومية الأمريكية، أُسست في العاصمة واشنطن عام ١٩٤٢، تبث وتنتج محتوى بلغات عديدة، وتعد من الإذاعات المهمة ذات التأثير القوي داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية ... للمزيد ينظر:

Robert William Pirsein, The Voice of America An History of the Activities of the United State Government 1940_1962, Arno Press, (Washington, 1979), p p 5_10.

(٨) لمام فتحية، الإعلام الدولي الموجه للعالم العربي نموذج فرنس ٢٤ العربية البي بي سي العربية والحرة، "، مجلة الحوار الثقافي، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد ٧، العدد ١، (صفاقس، ٢٠١٧)، ص ٨٠.

(٩) الديحاني، المصدر السابق، ص ٧٧.

- (١٠) لمجد، المصدر السابق، ص ٤٤.
- (١١) نورة بلعيدي، الإعلام: القوة الناعمة في الاستراتيجية العسكرية الأمريكية، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي احمد بن بجي الونشريسي_ معهد العلوم القانونية والإدارية، المجلد ٢، (الجزائر، ٢٠٢٦)، (الجزائر، ٢٠٢٦)، ص ٢٠٥.
- (١٢) Fraser Cameron, US Foreign Policy after the Cold War, (Rutledge, (New York,2005), p 105.
- (١٣) استبرق فؤاد وهيب، المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق تحليل مضمون مجلة نيوزويك النسخة العربية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، (عمان، ٢٠٠٩)، ص ٧٢.
- (١٤) سامي أحمد الموصلي، الإعلام الإرهابي الأمريكي، دار المعتز للنشر والتوزيع، (عمان، ٢٠١٤)، ص ص ٣٣ _ ٣٤.
- (١٥) سلافة فاروق الزغبي، فلسفة الإعلام الأمريكي والشبكات الفضائية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٨، جامعة بغداد، ٢٠١٠، ص ١٢٩.
- (١٦) هيربرت أ شيلر، المتلاعبون بالعقل: كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، (الكويت، ١٩٩٩)، ص ٥.
- (١٧) الزغبي، المصدر السابق، ص ١٣٠.
- (١٨) شبكة سي إن إن: هي شبكة أخبار تلفزيونية أمريكية، أُسست في نيويورك عام ١٩٨٠، وهي مملوكة لشركة تايم وارنر، وتعد من الشبكات المهمة والمؤثرة في الداخل الأمريكي وخارجها، امتازت بالنشرات الإخبارية المتواصلة على مدار اليوم، كان لها دور مهم في كل الأحداث التي واجهتها الولايات المتحدة الأمريكية... للمزيد ينظر:
- Royce J. Ammon, Global Television and the Shaping of World Politics CNN, Teldiplacy, and Foreign Policy, Mcfarland, company,inc, publishers, (London, 2001), P 10_15.
- (١٩) شبكة أي بي سي: هي شبكة تلفزيونية وإذاعية أمريكية، أُنشئت عام ١٩٤٢ في مدينة نيويورك، وهي مملوكة لشركة والت ديزني، وهي جزء من شبكة NBC، كان لها السبق في نقل أحداث الحرب العالمية الثانية، وتعد من الشبكات الأمريكية الكبرى، بحكم تأثيرها وامكانياتها الكبيرة... للمزيد ينظر: Charles L. Ponce De Lion, That's The Way It Is A History of Television News in America, The University of Chicago Press, (Chicago, 2015), P 5 _ 11.

(٢٠) صحيفة نيويورك تايمز: صحيفة أمريكية، أُسست في مدينة نيويورك عام ١٨٥١، تعد من الصحف الكبرى، وذات التأثير القوي، لها قراء في كل أرجاء العالم ... للمزيد ينظر: Elmer Holmes Davis, History of the New York Times 1851_1921, New York Times, (Harford, 2007), p 66.

(٢١) شريفة رزيوق، الصورة النمطية للإسلام والمسلمين في الإعلام الأمريكي والمتغيرات الراهنة، مجلة الصورة والاتصال، المجلد ٧، العدد ٢، (الجزائر، ٢٠١٨)، (الجزائر، ٢٠١٨)، ص ص ١٤ - ١٥ .

(٢٢) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢٠٩ .

(٢٣) واشنطن بوست: صحيفة أمريكية يومية، أُسست في العاصمة واشنطن عام ١٨٧٧، وهي صحيفة سياسية، مختصة بنقل الأخبار المحلية، تعد من الصحف ذات الانتشار الواسع في الداخل الأمريكي، ... للمزيد ينظر:

<https://www.pulitzer.org/winners/staff-washington-post>

(٢٤) وول ستريت جورنال: هي صحيفة أمريكية يومية، أُسست عام ١٨٨٩، مهتمة بالأمور التجارية والمالية بشكل أساسي، ولها قراء كثر في داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية، ... للمزيد ينظر:

Jerry M. Rosenberg, Inside The Wall Street Journal The History and Company an Americas Most Influential Newspaper, Macmillan, (Washington, 1982), P 20.

(٢٥) رزيوق، المصدر السابق، ص ص ١٤ - ١٥ .

(٢٦) الزغبي، المصدر السابق، ص ١٣١ .

(٢٧) ماهر داود درعاوي، دور الإعلام الأمريكي في صنع السياسة الخارجية الأمريكية: قناة الحرة نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، (جامعة بيرزيت، ٢٠١١)، ص ص ٨ - ٧ .

(٢٨) الزغبي، المصدر السابق، ص ١٢٨ .

(٢٩) هدير، المصدر السابق، ص ١٩٧ .

(٣٠) بيل كلينتون: من مواليد ١٩٤٦، عضو في الحزب الديمقراطي، شغل مناصب عدّة: أهمها نائب الرئيس، فاز في الانتخابات الرئاسية عام ١٩٩٣، أصبح الرئيس الثاني والأربعون للولايات المتحدة الأمريكية، استمر بالمنصب لدورتين متتاليتين للمزيد ينظر:

Christopher Hitchens, No One Left to Lie to: The Triangulations of William Jefferson Clinton, Verso, (New York , 1999), p 76 - 80.

(٣١) الموصلي، المصدر السابق، ص ٤٣ .

- (٣٢) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢٠٦.
- (٣٣) محمد البشير بن طبة، اتجاهات الصحافة الفرنسية نحو الاسلام وال المسلمين بعد احداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة تحليلية لصحيفة لوموند الفرنسية، غداة الأحداث ٢٠٠١ وبعد ثمان سنوات منها ٢٠٠٨، اطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١٤، ص ١٠٧.
- (٣٤) حميد حمد السعدون، "متغيرات المجتمع الأمريكي وأثرها على أداء السياسة الخارجية الأمريكية بعد ١١ سبتمبر: الطبقة الوسطى انموذجاً، مجلة دراسات دولية، مركز الدراسات الدولية والاستراتيجية، جامعة بغداد، ٢٠١١، العدد ٤٨، ص ٤٨.
- (٣٥) الموصلي، المصدر السابق، ص ١٩.
- (٣٦) بن طبة، المصدر السابق، ص ٣٢٥.
- (٣٧) المصدر نفسه، ص ٢٣٧.
- (٣٨) لمجد، المصدر السابق، ص ص ١١٩ - ١٢٠.
- (٣٩) الموصلي، المصدر السابق، ص ٦٠.
- (٤٠) بن طبة، المصدر السابق، ص ١٠.
- (٤١) لمجد، المصدر السابق، ص ٥٣.
- (٤٢) السعدون، المصدر السابق، ص ٥٤.
- (٤٣) الموصلي، المصدر السابق، ص ١٩.
- (٤٤) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢١٧.
- (٤٥) الديحاني، المصدر السابق، ص ١٢١.
- (٤٦) حمد علي حسن الحوسي، إشكالية الإعلام السياسي في النظام الدولي الجديد ١٩٩٠_٢٠٠٣ م، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، (عمان، ٢٠٠٤)، ص ١٦٧.
- (٤٧) الديحاني، المصدر السابق، ص ١١٥.
- (٤٨) لمجد، المصدر السابق، ص ١٢١.
- (٤٩) وهيب، المصدر السابق، ص ص ٨٠ - ٨١.
- (٤٥) لمجد، المصدر السابق، ص ٥٢.
- (٤٠) أديب خضور، "مرجعية التغطية الإخبارية في الإعلام العربي" مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الإقليمي العربي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد ٩٩، (القاهرة، ٢٠٠٢)، ص ٢٧.

- (١٠) عمر أبو عرقوب، "صفقة القرن من منظور الإعلام وهندسة الجمهور تحليل نقدي للخطاب الرسمي الأمريكي"، مجلة رؤية تركية، المجلد ٧، العدد ٤، (أنقرة، ٢٠١٨)، ص ٥٩.
- (١١) نعوم تشومسكي، ١١_٩، ترجمة إبراهيم محمد إبراهيم، مكتبة الشرق الدولية، (القاهرة، ٢٠٠٢)، ص ١٢.
- (١٢) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢١٩.
- (١٣) وئام محمود سليمان النجار، التوظيف السياسي للإرهاب في السياسة الخارجية الأمريكية بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ _ ٢٠٠٨، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، (غزة، ٢٠١٢)، ص ٨٧.
- (١٤) السعدون، المصدر السابق، ص ٥٤.
- (١٥) الديحاني، المصدر السابق، ص ٩٩.
- (١٦) أيمن علي الراوي، الإعلام الأمريكي الرسمي في العراق دراسة تحليلية للبيانات الصحفية الصادرة عن السفارة الأمريكية في العراق للعامين ٢٠١٢_٢٠١٣، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، (عمان، ٢٠١٤)، ص ٨٨.
- (١٧) وهيب، المصدر السابق، ص ٧٣.
- (١٨) أبو عرقوب، المصدر السابق، ص ص ٥٨ _ ٥٩.
- (١٩) الموصلي، المصدر السابق، ص ص ١٧_١٨.
- (٢٠) لمجد، المصدر السابق، ص ١٤٧.
- (٢١) الموصلي، المصدر السابق، ص ١٧.
- (٢٢) بن طبة، المصدر السابق، ص ١٧٦.
- (٢٣) الموصلي، المصدر السابق، ص ١٣.
- (٢٤) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢١٦.
- (٢٥) الديحاني، المصدر السابق، ص ١٢٢ _ ١٢١.
- (٢٦) جورج دبليو بوش: من مواليد مدينة نيو هيفن عام ١٩٤٦، خريج كلية هارفارد في تخصص إدارة الأعمال، عضو في الحزب الجمهوري، تقلد عدة مناصب منها: حاكم تكساس، وضابط في الجيش الأمريكي، وهو من عائلة سياسية، فاز في الانتخابات الرئاسية ليكون الرئيس الثالث والأربعين للولايات المتحدة الأمريكية، ... للمزيد ينظر:

John W. Dierrich, The George W. Bush Foreign Policy Reader
 Presidential Speeches With Commentary, M.E. Sharpe, (New York, 2005), P 3_ 6.

- (٦٩) أثير ناظم الجاسور، تداعيات أحداث الحادي عشر من سبتمبر على العلاقات الأمريكية _ الباكستانية التقاطعات والتواوفقات، مجلة دراسات دولية، جامعة بغداد، العدد ٧١، ص ١٣٠.
- (٧٠) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢١٢.
- (٧١) بن طبة، المصدر السابق، ص ٣٣٠.
- (٧٢) الديحاني، المصدر السابق، ص ١٣١.
- (٧٣) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢١٧.
- (٧٤) لمجد، المصدر السابق، ص ٦_٧.
- (٧٥) أبو عرقوب، المصدر السابق، ص ٦٠.
- (٧٦) أيمن علي الراوي، الإعلام الأمريكي الرسمي في العراق دراسة تحليلية للبيانات الصحفية الصادرة عن السفارة الأمريكية في العراق للعامين ٢٠١٢_٢٠١٣، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، (عمان)، ٢٠١٤، ص ٢.
- (٧٧) قناة فوكس نيوز : قناة إخباريوأمريكية، أُسست عام ١٩٩٦، تعد من أهم القنوات الأمريكية، كونها ذات تأثير كبير في مسألة تشكيل الرأي العام الأمريكي، وتصنف على أنها منحازة لسياسة التيار المحافظ، كانت من أولى القنوات التي واكبت أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١ ، ... للمزيد ينظر :

Dan Cassino, FOX News and American Politics How one Channel Shapes American Politics and Society, Rutledge, (New York, 2016), P P 3_6.

- (٧٨) هدير، المصدر السابق، ص ٢٨٧.
- (٧٩) السعدون، المصدر السابق، ص ٤٨.
- (٨٠) توني بلير: من مواليد مدينة أدنبرة الاسكتلندية عام ١٩٥٢ ، حاصل على شهادة القانون من جامعة أوكسفورد، عمل محامياً في القضاء العالي، دخل في العمل السياسي، وانتخب عضواً في البرلمان عام ١٩٨٢ ، ترجم المعارضة وحزب العمال عام ١٩٩٤ ، فاز في الانتخابات عام ١٩٩٧ ، واستمر رئيساً للوزراء حتى عام ٢٠٠٧ ، للمزيد ينظر: John Rentoul, Tony Blair Prime Minister, Faber and Faber, (London, 2013), P 1_ 9.

- (٨١) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢١٢_٢١٣.
- (٨٢) إذاعة سوا: إذاعة أمريكية، أُسست عام ٢٠٠٢ ، تبث الأخبار والأغاني وبعض البرامج باللغة العربية على مدار ٢٤ ساعة، موجهة لدول الشرق الأوسط، هدفها الجمهور العربي، وترويج للأفكار والسياسة الأمريكية التي أعقبت هجوم الحادي عشر من سبتمبر عام

٢٠٠١، ... للمزيد ينظر: علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة، دار بغداد للنشر، (بغداد، ٢٠٢٠)، ص ١٢٧.

(٣٣) الديحاني، المصدر السابق، ص ص ١٢٥ - ١٢٦.

(٤٤) المصدر نفسه، ص ١٢٤.

(٥٥) الموصلبي، المصدر السابق، ص ١٠.

(٦٦) الراوي، المصدر السابق، ص ٢.

(٧٧) نعوم تشومسكي: من مواليد مدينة فيلادلفيا الأمريكية، عام ١٩٢٨، تخرج من عدة جامعات أهمها: جامعة بنسلفانيا بتخصص الفنون، وجامعة هارفارد بتخصص اللسانيات، فيلسوف ولغوی ومفكر ومحلل سياسي واستاذ جامعي، له مؤلفات عديدة في التاريخ والفلسفة والسياسة واللغات والإعلام، للمزيد ينظر:

Alison Edgley, *The Social and Political Thought of Noam Chomsky*, Routledge, (London, 2000), P 4_7.

(٨٨) نعوم تشومسكي، ١١_٩، ترجمة إبراهيم محمد إبراهيم، مكتبة الشروق الدولية، (القاهرة، ٢٠٠٢)، ص ٢٣.

(٩٩) خالد الدخيل، "أحداث أيلول/ سبتمبر وحديث المفارقات العربية"، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، مجلة الدراسات الفلسطينية، المجلد ١٣، العدد ٥٢، (بيروت، ٢٠٠٢)، ص ٤.

(٩٩٠) الموصلبي، المصدر السابق، ص ٦٢.

(٩٩١) الحوسي، المصدر السابق، ص ١٦٧.

(٩٩٢) الديحاني، المصدر السابق، ص ص ١١٦ - ١١٨.

(٩٩٣) نيكولاس هوفمان: من مواليد مدينة نيويورك عام ١٩٢٩، كاتب ومؤلف وصحفي، امتاز بالتعليقات الاستفزازية، له عدة مؤلفات ومقالات صحفية، توفي عام ٢٠١٨، للمزيد ينظر:

<https://arz.wikipedia.org/>

(٩٩٤) بن طبة، المصدر السابق، ص ص ١١_١٢.

(٩٩٥) درعاوي، المصدر السابق، ص ٦.

(٩٩٦) الموصلبي، المصدر السابق، ص ص ٦٣_٦٢.

(٩٩٧) الحوسي، المصدر السابق، ص ١٦٨.

(٩٩٨) الديحاني، المصدر السابق، ص ح ٠.

(٩٩٩) الحوسي، المصدر السابق، ص ١٦٨.

(١٠٠) بلعيدي، المصدر السابق، ص ٢٠٦.