



مركز الخليج للأبحاث
المعاصرة للدراسات والبحوث



مختبر الحوار الخليجي
Gulf Dialogue Lab

أوراق ثقافية

أزمة الإعلام في زمن الحرب

جواد العمري إعلامي أردني

ابريل – 2025



سخرت معظم القنوات الإخبارية العربية كل إمكاناتها في السباق على تغطية الحرب على غزة، فنشرت أعدادا كبيرة من المراسلين، وخصصت الوقت كاملاً لهم وللمحلين السياسيين والعسكريين.



التركيز الذي تابعتَه الجماهير العربية في تغطية الحرب على غزة، وما خلفته من أزمات، يطرح بقوة فكرتان أساسيتان:

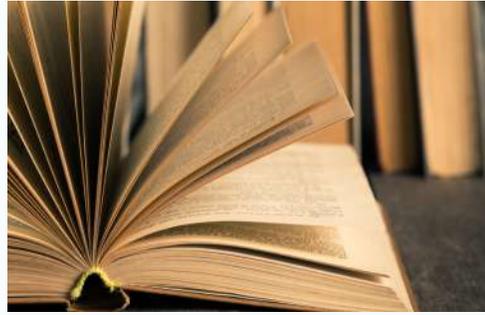
- أولاهما تكريس مفهوم الرأي الواحد
- ثانيهما التجهيل الممنهج بقضايا وأزمات أخرى ليست بعيدة عن اهتمام الإنسان العربي

حيث سخرت معظم القنوات الإخبارية العربية كل إمكاناتها في السباق على تغطية الحرب على غزة، فنشرت أعدادا كبيرة من المراسلين، وخصصت الوقت كاملاً لهم وللمحلين السياسيين والعسكريين، لكن المراقب لما تقدمه كل قناة من تحليلات ونقل حيّ يلحظ أن لكل قناة لونهاً خاصاً مختلفاً، حتى على صعيد تحليل الوقائع الميدانية، وقراءة التطورات السياسية المصاحبة، ما يؤشر إلى حقيقة انقياد القنوات وراء جمهور متجانس محدد التوجهات والأفكار، لا يقبل التنوع؛ أو وراء الحقيقة المرة، التي تدل على أن الخط التحريري لكل قناة يخدم أجندة ممولين أكثر مما يخدم حقيقة.



حجبت القنوات
الإسرائيلية الحقائق
وخضعت للرقيب
العسكري ومقّصه،
فيما خضعت قنوات
عربية لدكتاتورية
جمهور لا يريد أن
يرى ويسمع إلا ما
يتوافق مع عقيدته
وآرائه السياسية، وما
يتوافق مع آمله
وأدلامه

في كتابه "التزييف في زمن الحرب" الصادر عام 1928 يقول "اللورد آرثر بونسومي": "عندما تعلن الحرب، الحقيقة هي أول ضحية". ذلك أن الإعلام بصفة عامة يصبح جزءاً من تعبئة وطنية، وهذا ما شاهدناه على الطرف الآخر من الحرب، حيث حجبت القنوات الإسرائيلية الحقائق، وخضعت للرقيب العسكري ومقّصه، فيما خضعت قنوات عربية لدكتاتورية جمهور لا يريد أن يرى ويسمع إلا ما يتوافق مع عقيدته وآرائه السياسية، وما يتوافق مع آمله وأحلامه، والخروج عن هذا الخط يعرض الوسيلة الإعلامية لوصمة الانحياز لرواية العدو، واتهامات بالصهينة والخيانة.



إن السير وراء رغبات الجمهور، أو قيود الرقيب، سواء الرقابة الذاتية، أو الخارجية، يجعل من الحقيقة الضحية الأولى بالفعل، ويسوق الجمهور وراء تحليلات

ومضامين تتوافق مع ما يريد، حتى وإن كانت بعيدة عن الحقيقة، وهو جمهور انتقائي يسمع ما يود سماعه، وحتى أنه ينقل المشهد إلى محطة أخرى حتى لا يسمع.

لقد تزامنت أحداث السابع من أكتوبر 2024 مع أزمات عديدة تشهدها المنطقة والعالم، ففي حين كانت إحدى القنوات المتابعة عربياً، تنشر عدداً كبيراً من مراسلين لتغطية الحرب في أوكرانيا، اختفت القصة فجأة عن شاشتها، بحجة تغطية مستمرة للحدث الغزّي، وفي حين كان مضمونها كله في سياق واحد، كانت هناك أحداث كبرى تجري في السودان، وفي سوريا، ولبنان، واليمن، لا يعلم المتابع عنها شيئاً، وتلك سياسة إعماء على حساب قضية واحدة، أدمن المشاهد متابعة هذا الشأن دون سواه، ليفاجأ بدخول الساحة اللبنانية واليمينية ضمن المشهد، الأمر الذي كرس حالة التجهيل بباقي القضايا ما لم يكن لها ارتباط بهذا الشأن.



أزعم أن القنوات الإخبارية باتت بعيدة كل البعد عن خدمة الهدف من الإعلام، والدور المناط به في مجتمعات حديثة، وأن الإعلام بات يخاطب الجمهور حسب ما يرغب، وليس حسب الواقع المعاش على الأرض



ليس أدل على ما أسلفت من مفاجأة هزت المشهد العربي بسقوط نظام بشار الأسد في سوريا، دون أن يكون هناك إشارات من الإعلام قبل وقت كاف، من حيث تغطية الحراك في سوريا بتركيز كاف للفت أنظار الجمهور

لما يجري هناك، كذلك الوضع في السودان الذي كان يشهد حرباً أهلية ضروساً وتشريداً وقتلاً قد يقل فظاعة عن الحرب في غزة، لكنه لم يكن حدثاً عادياً، تلك الحرب التي شردت أكثر من 14 مليون سوداني، أي ما يعادل ثلث سكان البلاد، وسبعة أضعاف سكان غزة، ولم تعد السودان إلى مشهد الاهتمام إلا بعد الهدنة في غزة.

أزعم أن القنوات الإخبارية باتت بعيدة كل البعد عن خدمة الهدف من الإعلام، والدور المناط به في مجتمعات حديثة، وأن الإعلام بات يخاطب الجمهور حسب ما يرغب، وليس حسب الواقع المعاش على الأرض، ما يكرس حالة توجيه الخطاب لجمهور متجانس، وعدم الاهتمام بخلق حالة من الوعي بين أطراف متنوعة من خلال تقديم صورة واقعية للأحداث، وما ينطبق على القنوات ينسحب بذات القدر على كافة المنصات والوسائل الإعلامية من صحافة الكترونية وورقية وإذاعات.





قيل إن الحرب هي
"أدرينالين" الأخبار، تزيد
من الطلب، وساهمت
التكنولوجيا في نقل
الحدث بسرعة من موقع
الصراع إلى الجمهور
في أماكن بعيدة عن
الشظايا، ما جعل حجم
الجمهور أكبر بكثير من
أيام السلم

في السياق ذاته فقد بات واضحاً لمن يراقب المشهد الإعلامي العربي عن كثب، أن القنوات التلفزيونية الإخبارية تخلت منذ زمن عن مفهوم الحياد، وهو أمر فيه كثير من الجدل حول إمكانية الوقوف على مسافة واحدة من أطراف القضية المطروحة، لكن الموضوعية وهي البديل المنطقي للحياد، باتت على المحك أيضاً، وتم إهمالها لصالح رغبات الجمهور، فالقنوات التي كانت تستضيف محللين إسرائيليين، امتنع معظمها عن ذلك عند بدء الحرب.



وقيل إن الحرب هي "أدرينالين" الأخبار، تزيد من الطلب، وساهمت التكنولوجيا في نقل الحدث بسرعة من موقع الصراع إلى الجمهور في أماكن بعيدة عن الشظايا، ما جعل حجم الجمهور أكبر بكثير من

أيام السلم، فعلى سبيل المثال، شبكة الأخبار الأمريكية CNN تضاعف مشاهدوها عشر مرات عندما اندلعت حرب الخليج، لذلك فإن من الطبيعي توجه وسائل الإعلام إلى تلبية طلب الجمهور، لكن إهمال باقي اهتمامات الجمهور يقلص عدد المستهلكين، قد لا نتوقع من سوداني يسمع أصوات القذائف حول خيمته في مخيمات الزوج واللجوء، أن ينضم إلى جمهور يتابع حرباً تبعد عنه آلاف الأميال، بل إن مطلبه تركيز حول معرفة ما يجري في بلاده، وحول خيمته.

أشير إلى أن الحرب في العادة تقسم المجتمع إلى ثلاثة أصناف، مشاركين، وضحايا، ومتفرجين، ومن حق المتفرجين أن يروا مشهداً متكاملًا، فمثلاً قد يؤثر الوضع الاقتصادي في أوكرانيا على حربها مع روسيا، وربما يقود إلى صفقة في سوريا، لذلك فإن تركيز المشهد في نقطة محددة يجعل الجمهور مغيباً عما سواها، حتى وإن كان له تأثير مباشر أو غير مباشر على نقطة الصراع الموضوعية تحت مجهر الوسيلة الإعلامية.

“

إن “الرأي العام ما هو إلا رد فعل مباشر على ما نراه في محتوى وسائل الإعلام، أو صورة له، وهو ليس بالضرورة انعكاساً للواقع”.

وفي كتابٍ مهَّد لنشوء نظرية الأجندة أو تحديد الأولويات، يقول “والتر ليبمان”: إن “الرأي العام ما هو إلا رد فعل مباشر على ما نراه في محتوى وسائل الإعلام، أو صورة له، وهو ليس بالضرورة انعكاساً للواقع”.

نشر الكتاب عام 1922 بعنوان “الرأي العام”، وجاء “برنارد كوهين” مؤيداً له في كتابه “الصحافة والسياسة الخارجية” الصادر عام 1963، والذي يقول فيه “إن وسائل الاتصال الجماهيرية لا تنجح في معظم الوقت في تحديد ما يفكر به الجمهور، لكنها ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما ينبغي أن يفكر به الجمهور”.

تلك مقولات مهدت لنظرية الأجندة، واعتمدت في ترتيب الأولويات على حقيقة أن المحرر في غرفة الأخبار لا يمكن أن يرى العالم كله، لكن التطور الذي حدث منذ ذلك الحين، وفر لغرف الأخبار سيلاً جارفاً من أخبار يضحها المراسلون ووكالات الأنباء على شكل صور وتقارير مكتوبة وفيديوهات، تجعل من مقولة العجز عن الرؤية بحاجة إلى مراجعة جذرية من قبل باحثين أكاديميين وجامعات.





إن التركيز على شأن أو حدث دون غيره، يفقد وسيلة الإعلام صفة الشمولية، وما شهدناه في التغطية الإخبارية للحرب على غزة في القنوات العربية، ربما كان له ما يبرره في الأيام والأسابيع، وربما الشهور الأولى من الحرب، باعتباره حدثاً غير مسبق.

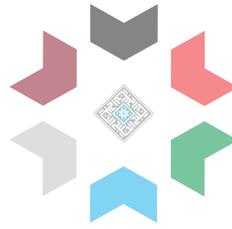
إن التركيز على شأن أو حدث دون غيره، يفقد وسيلة الإعلام صفة الشمولية، وما شهدناه في التغطية الإخبارية للحرب على غزة في القنوات العربية، ربما كان له ما يبرره في الأيام والأسابيع، وربما الشهور الأولى من الحرب، باعتباره حدثاً غير مسبق، وقد أدركت عدد من القنوات هذا الأمر، وعادت إلى تنوع تغطيتها الإخبارية بنشرات شاملة، فيما أصرت أخرى على متابعة الشأن الوحيد إلى حين وقوع الحدث الجلل في سوريا في 8 ديسمبر 2024، وتأزم الوضع إلى آخر مدى في السودان، فعادت مرغمة إلى شكل من أشكال التنوع المطلوب من جمهورها.

والتغطية المثلى برأبي لا تكون بالتركيز الكامل على نقطة ملتهبة بعينها، بل إعطاء هذا الملف الأولوية على غيره في أجندة القناة، وترتيب باقي الأولويات حسب أهمية الحدث للجمهور، وتداعياته وسخونته، وبعده وقربه، ومدى تأثيره.

أخيراً فإن مهمة وسيلة الإعلام في الأساس، هي تزويد جمهورها بالحقائق اللازمة لتشكيل رأي أو موقف أو اتخاذ قرار، وليس فرض رأي، والترويج له عاطفياً وأيديولوجياً، وزرع صورة في مخيلته بعيدة عن الواقع.



مركز الخليج للأبحاث المعرفة للجميع



www.ar.grc.net



**Gulf Research Center
Jeddah
(Main office)**

19 Rayat Alitihad Street
P.O. Box 2134
Jeddah 21451
Saudi Arabia
Tel: +966 12 6511999
Fax: +966 12 6531375
Email: info@grc.net



**Gulf Research Center
Riyadh**

Unit FN11A
King Faisal Foundation
North Tower
King Fahd Branch Rd
Al Olaya Riyadh 12212
Saudi Arabia
Tel: +966 112112567
Email: info@arc.net



**Gulf Research Center
Foundation Geneva**

Avenue de France 23
1202 Geneva
Switzerland
Tel: +41227162730
Email: info@grc.net



**Gulf Research Centre
Cambridge**

University of Cambridge
Sidgwick Avenue,
Cambridge CB3 9DA
United Kingdom
Tel: +44-1223-760758
Fax: +44-1223-335110



**Gulf Research Center
Foundation Brussels**

Avenue de
Cortenbergh 89
4th floor, 1000
Brussels
Belgium



@Gulf_Research | @grcnet | @grcnet | @grcnet

www.grc.net

مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع