مرادات

التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب
ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION

تقارير دولية

الإرهاب ووسائل الإعلام

العـــدد
26

2021

يونيو

www.imctc.org

تقارير دولية

إصدار شهري يصدر عن التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب

المشرف العام

اللواء الطيار الركن محمد بن سعيد المغيدي

الأمين العام للتحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب / المكلّف

رئيس التحرير

عاشور بن إبراهيم الجهني

مدير إدارة الدراسات والبحوث

ملاحظة: الأفكار الواردة في هذا التقرير تُمثّل رأي الجهة المصدرة له ولا تُمثّل رأي التحالف بالضرورة

التحرير والتصميم والإخراج

توق الإعلامية للأبحاث

البريد الإلكتروني: info@taoqresearch.org

هاتف: 966 114890124+

الإرهاب ووسائل الإعلام

للإعلام وظيفةٌ حيوية مهمَّة في مختلِف أوجه الحياة والظواهر الإنسانية، ومن أبرزها ظاهرةُ (الإرهاب)؛ إذ بات الإعلامُ وسيطًا في التفاعل بين الجمهور المتلقِّي، وممارسي الإرهاب أفرادًا وجماعات. ومن الثابت المقرَّر قوةُ تأثير الإعلام في إدراك المتلقِّين ومواقفهم، وتشير الدراساتُ الإعلامية إلى أن تأثُّر المتلقِّي بالخبر أو الحدث الإعلامي يتجاوز الأثرَ الفعلي للخبر والحدث، إذا كانا بمعزل عن الإعلام. وقد اهتم المعهدُ الملكي البريطاني للخِدَمات المتحدة لدراسات الدفاع والأمن بالعَلاقة بين الإرهاب والإعلام التقليدي، فأصدر في مايو 2020م تقريرًا تحليليًّا عن هذا الموضوع، أعدَّته الباحثة «**جيسيكا وايت Jessica white**»، بعنوان: (**الإرهاب ووسائل الإعلام**).

تقرير تحليلي

ناقش التقريرُ العَلاقة الجدلية بين الإرهاب والإعلام في جوانبَ مختلفة، تشمل وظائف وسائل الإعلام وتأثيراتها السلبية والإيجابية في ظاهرة الإرهاب، وجدَلية المفهوم بين الإرهاب والتطرف، والعوامل والأسباب التي تشجع على التطرف وتحرِّض على العنف بمظاهره المختلفة، مستعرضًا جوانبَ شتَّى لنظرية العدوى الاجتماعية، أو ما يُعرف بنظرية المُحاكاة.

وسعيًا إلى تحقيق الغرض المرجوِّ من الدراسة، تطرَّق التقرير إلى مناقشة الحاجة إلى ضوابطَ ومعاييرَ حاكمة لوسائل الإعلام؛ لتعظيم أثر الإعلام في مواجهة ظاهرة الإرهاب. وانتهى التقرير بتحليل تجلِّيات تضخيم الآثار الجانبية الاجتماعية والمعنوية لظاهرة الإرهاب على الرأي العام في المجتمع.

حدَّد التقرير نطاقه الموضوعي في وسائل الإعلام التقليدية؛ كالصُّحف والإذاعة والتلفزة، ولم يشمل هذا النطاق المِنصَّات الرَّقْمية الخاصة بهذه الوسائل، والمواقعَ والمنصَّات الإلكترونية التي لا تتبع وسائل الإعلام التقليدية، ولا سيَّما وسائلِ التواصل الاجتماعي المختلفة.

أثر الإعلام

منذ الهجَمات التي شهدتها مدينة كريستشيرش "Christchurch" في نيوزيلاندا في مارس 2019م، ازداد التدقيقُ والاهتمام بأثر وسائل الإعلام في الإرهاب، والعناية بتحديد أفضل الطرائق للحدِّ من الآثار السلبية المحتمَلة لبعض التقارير الإعلامية التي تتناول ظاهرة الإرهاب، والهجَمات المختلفة التي تقوم بها الجماعاتُ الإرهابية في مختلِف الأماكن. وقد ساعد تعدُّد وسائل الإعلام في زمننا على انتشار أخبار الهجَمات والعمليات الإرهابية بين قِطاع عريض من الجمهور، على نحوٍ لم يكن من قبل.

وتباينت الآراءُ بشأن أثر وسائل الإعلام، سواءٌ في تغذية الإرهاب (عَلاقة سببية)، أو في استخدام تلك الوسائل دعايةً للجماعات الإرهابية (عَلاقة منفعة متبادلة). وفي ظلِّ غياب إجماع بشأن طبيعة العَلاقة بين المتغيِّرين، أُثيرت كثيرٌ من الأسئلة المهمة عن الطريقة التي يجب أن تتعاملَ بها وسائل الإعلام مع هذه الظاهرة. أيكون ذلك بالمتابعة الإعلامية، أم بالتعتيم الإعلامي؟ وهل القيامُ بالمتابعة الإعلامية يخدم الرأي العام، أو يخدم الإرهاب والإرهابيين الذين ينفِّذون عملياته؟

وهناك سؤالٌ آخرُ لا يقلُّ أهمية عن سابقَيه وهو: كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تحدِّد زمن المتابعة الإعلامية للهجَمات والحوادث الإرهابية؟ ومتى يجب تجنُّب تناول تلك الحوادث؛ لكبح آثارها في الجمهور؟ وكان استعراضُ التقرير لهذه الأسئلة بهدف البحث عن إجابة عن السؤال الرئيس وهو: هل العَلاقةُ بين الإعلام والإرهاب عَلاقةٌ سببية، أو أنها عَلاقة تبادلية (تأثير متبادل)؟

الإرهاب وجدَل التعريفات

على الرغم من اهتمام العالم بظاهرة الإرهاب، وشغلها حيِّزًا كبيرًا من اهتمام الساسة والقادة والمسؤولين في كثير من دول العالم، لم يُتَّفق حتى الآن على تعريف محدَّد وواضح ودقيق للإرهاب! وقد كثُرت التعريفات واختلفت؛ ويرجع ذلك إلى تنوُّع صور الإرهاب ومظاهره، وتعدُّد أساليبه وأنماطه، واختلاف وجهات النظر الدَّولية والاتجاهات السياسية بشأنه. وكذلك تباينُ العقائد والأفكار التي تعتنقها الدول، ومن ثَم فإن الإقرار بأن هذا الفعل العنيف أو ذاك هو عمل إرهابي يعتمد على معرفة السياق وظروف ارتكاب العنف، والقصد والغاية منه.

ويختلط تعريفُ الإرهاب بمفاهيمَ ومصطلحات أخرى قريبة منه ومتداخلة معه، كمفهوم (العنف) الذي تستخدمه الجهاتُ الفاعلة غير الحكومية؛ لإثارة الخوف والفزع بين مختلِف فئات المجتمع؛ من أجل تحقيق هدف سياسي خاص.

ومن هنا كان تعريف الإرهاب ليس بالأمر السهل كما يوحي به ظاهرُ الكلمة التي كثُر استخدامها في وسائل الإعلام؛ ذلك أن مصطلح الإرهاب يتداخل مع مصطلحات أخرى كثيرة؛ كالصراع، والجريمة، والحرب، والعُنف. وظهرت تعريفاتٌ كثيرة للإرهاب، منها ما عُدَّ في شكله ومضمونه نوعًا من العنف المرَضي الذي يقترب في كثير من صوره ودوافعه وأهدافه من السلوك الإجرامي. ويمكن تعريف (العنف) باختصار بأنه الاستعمال غيرُ القانوني لوسائل القَسْر المادِّي أو البدَني؛ ابتغاءَ تحقيق غايات شخصية، أو اجتماعية، أو دينية، أو فكرية، أو سياسية.

ويتداخل مفهوم الإرهاب مع مفهوم (التطرف) الذي هو أيضًا مصطلح غير مُتَّفَق على تعريفه، وله تعريفاتٌ كثيرة مختلفة، ولكنَّ التطرف عامةً هو العملية الاجتماعية والنفسية لتبنِّي نسخة متشدِّدة من فكر أو مبدأ ما، يتعلَّق غالبًا بالمعتقدات. إن القاسم المشترك بين المصطلحَين (الإرهاب والتطرف) هو العنف، ولا سيَّما العنف المستعمل عند إقدام فرد أو جماعة على إحداث تغيير فكري أو سياسي أو اجتماعي.

الإعلام والإرهاب

قدَّم تطورُ وسائل الاتصالات وأنظمة المعلومات خدمةً كبيرة غير مقصودة للتنظيمات الإرهابية التي استغلَّت هذا التطورَ في تنفيذ أغراضها غير المشروعة، وفي إتمام عمليَّاتها الإجرامية الإرهابية. ووَفقًا لما ذكره الدكتور محمود عيد، الأستاذ المساعد في جامعة أوتاوا بكندا، فإن وسائل الإعلام يحكمُها أمران:

المنافسة والرِّبح. والجماعاتُ الإرهابية تبحث عن اهتمام الإعلام للحصول على قاعدة جماهيرية وشهرة مجتمعية بالدعاية الإعلامية والترويج، وتهدِفُ وسائل الإعلام بمتابعاتها الإعلامية للعمليات الإرهابية إلى جذب قِطاع عريض من المشاهدين؛ لتعزيز تقويمات تلك الوسائل، سواءٌ كانت قنوات تلفزة، أو صحفًا ورقية، في حين تحظى الجماعاتُ الإرهابية بالدعاية المجانية، ولو عن غير قصد.

وأشار «كيفين بارنهيرست Kevin G Barnhurst»، الأستاذ المشارك في كلية الإعلام في جامعة سيراكيوز بنيويورك، إلى نموذجَين للوظيفة التي تؤدِّيها وسائلُ الإعلام تجاه المتابعة الإعلامية للقضايا الإرهابية؛ يرى النموذج الأول أن المتابعة الإعلامية تُسهم كثيرًا في نشر الأفكار الإرهابية؛ بل التشجيع عليها وعلى مزيد من العنف، وأصحابُ هذا النموذج من أنصار فكرة العَلاقة السببية بين وسائل الإعلام والإرهاب. في حين يرى النموذج الثاني أن الإعلام أحدُ ضحايا الإرهاب، وفي هذه الحالة قد يؤدِّي تنظيم عمل وسائل الإعلام وضبطها في كثير من الأحيان إلى تشجيع الإرهابيين على التحوُّل إلى وسائل اتصال أخرى متاحة في المجتمعات المفتوحة، كوسائل التواصل الاجتماعي، أو ما يُعرَف بالإعلام الجديد.

آفاق العَلاقة

انطلاقًا مما سبق يمكن عَدُّ الرؤية الأكثر شيوعًا لوظيفة الإعلام وأثرها في الإرهاب تتصل بعَلاقة تكافلية متبادلة، لها ثلاثة آفاق:

الأول: يتصل بوظيفة الإعلام بوصفه قناةً للدعاية للجماعات الإرهابية، بتزويدهم بما يُعرف بأكسجين الدعاية.

الثاني: تضخيم الإرهاب، مما يؤثِّر سلبًا في الإدراك والفهم الحقيقي لحجم التهديدات المترتِّبة عليه.

الثالث: إمكانية أن تؤثِّرَ المتابعة الإعلامية للهجَمات الإرهابية في وسائل الإعلام تأثيرًا مُلهمًا لمجموعات أخرى قد تسعى إلى تقليد تلك الحوادث أو محاكاتها.

من هنا، لا تقف أهميةُ الإعلام عند امتلاك أدواته فحسب؛ بل في كيفية استعماله وتوظيفه أيضًا، فهناك عَلاقةُ استثمار متبادلة بين الإرهاب ووسائل الإعلام عامَّة، فالأول «الإرهاب» يصنع الحدَث، والثاني «الإعلام» يُشهر الحدث ويسوِّقه، ومن ثَمَّ قد تُسهم التغطية الإعلامية للإرهاب في الوصول إلى نتيجة غير مقصودة، هي تشجيعُ الإرهابين على مواصلة عملياتهم، وهو ما عُرف في القرن التاسع عشر بمصطلح «دعاية الفعل».

ولاستقصاء جوانبَ أعمق في هذه العَلاقة التأثيرية المتبادلة، تطرَّق التقرير إلى محاولات بعض المختصِّين اختبار العَلاقة السببية بين تصوير الإرهاب في وسائل الإعلام وعدد الهجَمات والعمليات الإرهابية في مرحلة لاحقة. فأجرى «مايكل جيتر Michael Jetter» دراسةً صدرت في «مجلة الاقتصاد العام» بعنوان: «أثر وسائل الإعلام في الإرهاب»، حلَّل فيها الصِّلة بين الهجَمات الإرهابية والمتابعة الإعلامية لها، وتوصَّل إلى أن معدَّل ارتكاب العمليات الإرهابية يرتفع في أعقاب المتابعة الإعلامية لعمليات سابقة، وهو ما يكشفُ أن اقتصار وسائل الإعلام عند تناول الأحداث الإرهابية، على الإطار الإخباري المجرَّد -أي المتابعة الإعلامية السريعة العاجلة بهدف السبق الإعلامي- يُسهم في تشجيع العناصر أو الجماعات الإرهابية على القيام بعمليات أخرى؛ إذ تتجاهل وسائلُ الإعلام التحليل والتفسير الموضوعي للحدث وأسبابه ودوافعه. وتغيب عن المتابعة الإعلامية ردودُ أفعال المجتمع الرافضةُ لهذا النوع من الممارسات الدموية، مما يصُبُّ في كثير من الأحيان في مصلحة تلك الجماعات الإرهابية.

وفي هذا الإطار، لفت التقريرُ إلى أن تناول العنف في وسائل الإعلام من أكثر الموضوعات التي حرَّكت بحوث وسائل الاتصال الجماهيري، التي اتسمت بالاتساع والتعقيد والجدل. وذهب بعضُها إلى أن تراكم عدد كبير من الدراسات المتخصِّصة في هذا الموضوع يُبرهن على صحة افتراض وجود عَلاقة سببية بين العنف في الإعلام والسلوك العُدواني؛ إذ تمتلك وسائل الإعلام، ولا سيَّما التلفاز، إمكانات تكفُل لها التأثير في الجمهور المتلقِّي، فهي تستطيع تكوينَ قناعات جديدة، وتفنيدَ أخرى قائمة، وإضفاء الشرعية على أمرٍ ما، بالإقناع وحشد الطاقات باتجاهه.

ويمكن لهذه الوسائل أن تصنعَ نوعًا من الجمهور يؤمن بما تطرحه، حتى إن خالف قناعاته؛ إذ إن الاتساق بين ما يُطرح وتكراره يُرسِخان الفكرةَ المطروحة، ويجعلانها مقبولةً للتصديق من الجمهور المستهدَف. ومن ثَم أصبح للكلمة «المرئية» تأثيرُها المباشر في المجتمع؛ ولا سيَّما في ظلِّ ازدحام خريطة البثِّ التلفازي بعدد كبير جدًّا من القنوات الفضائية التي تتنوَّع برامجها شكلًا ومضمونًا. فضلًا عمَّا تعرِضُه بعض القنوات الفضائية للأفراد والجماعات المروِّجة للإرهاب؛ فإن بعض هذه الفضائيات يؤثِّر في المشاهد تأثيرًا شبه كامل.

بين العدوى والتقليد

استُخدِمت نظرية «العَدوى الاجتماعية» لوصف إسهام وسائل الإعلام في انتشار العنف بأنواعه المختلفة في المجتمع؛ إذ تؤدِّي المتابعة الإعلامية غالبًا إلى مزيد من العمليات الإرهابية. وتشير تلك النظريةُ إلى تأثر الأفراد في الشبكات الاجتماعية بعضِهم في بعض، والسلوكُ الذي ينتقل في هذه الشبكات أشبهُ بالعَدوى، على غِرار الطريقة التي تنتشر بها الفيروسات، فضلًا عن انتشار الميول العنيفة من فرد إلى آخرَ ومن مجتمع إلى آخر، بالتواصل الاجتماعي؛ ما لم يكن هناك استعدادٌ لدى الأفراد أو المجتمع لمقاومة هذه الميول وصدِّها. ولكي يحدُثَ ذلك يجب تحقُّق عدد من المؤشِّرات في المجتمع، من أهمها: جودة التعليم، وزيادة المشاركة السياسية، وتحسُّن المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

وفي هذا السياق أُجريت دراساتٌ عن نظرية «العدوى الاجتماعية»، وما يتعلَّق بالأنواع المختلفة للعنف، كاستخدام الأسلحة النارية على سبيل المثال؛ وانتهت كثيرٌ من تلك الدراسات إلى أن نظرية «العدوى الاجتماعية» ليست سوى طريقةٍ من طرائقَ عدة لتفسير الأكثر عرضةً للتأثر للعنف. ومن أجل الوقوف على جملة الأسباب والدوافع لهذه النظرية، من الضروري إجراءُ مزيدٍ من هذه الدراسات الكمِّية، بغرض التقويم العملي قدرَ الإمكان للآثار السلبية للشبكات والمنظومات الاجتماعية.

وما من تفسير واضح للطريقة التي تحدُث بها العدوى الاجتماعية؛ مما يُضعف عملية البحث والتحليل في هذا الشأن، ولا سيَّما عند استخدام مصطلح (العدوى الاجتماعية) مرادفًا لمصطلح (التقليد)، وهو ما أثبته عددٌ من الدراسات الحديثة بشأن عمليات إطلاق نار جماعي، ودراسات أخرى تتعلَّق بالانتحار أو القتل الجماعي؛ إذ اقتصر تحليلُ تلك الدراسات على التواصل الزمني، وعلى مؤشرات محدودة يصعُب تعميمها على دراسات أخرى راجعت وحلَّلت نظرية «العدوى الاجتماعية».

لا إجماعَ إذن على نتائج نظرية «العدوى الاجتماعية»، ولا سيَّما تقديرها لاستناد تصوُّرات الأفراد وأنساق تفكيرهم وإدراكهم للمخاطر إلى العَلاقات في الشبكات الاجتماعية، ووجود أفراد آخرين ذوي تفكير مماثل. و(العدوى) ليست الطريقةَ الوحيدة التي ينتشر بها العنف السياسي؛ إذ (الانتشار) مشابه (للعدوى)، لكنَّه يُعنى بانتقال السلوك والأفكار، وتردُّدها على نطاق أوسع، فبدلًا من التقاط عدوى سلوكية جديدة من شبكة اجتماعية ضيِّقة، قد تنتقل العدوى عبر لاجئين متشابهين عِرقيًّا أو دينيًّا أو ثقافيًّا.

وانتهى التقرير في هذا الشأن إلى أن عامل التقليد قد يكون أكثرَ ملاءمة لوصف الأثر المشجِّع على الإرهاب في المتابعة الإعلامية، وأنه أكثر انسجامًا من التفسير القائل: إن وسائل الإعلام تنشر الإرهاب بوصفه عدوى اجتماعية. ويعني ذلك أن وسائل الإعلام قد تشجِّع على ممارسة السلوك المُقلَّد بتكرار البثِّ المباشِر للأحداث العنيفة، مما يُفضي إلى اتساع نطاق العنف الاجتماعي عمومًا.

وأجرى «فنسنت ميلرVincent Miller، وكيث هوارد Keith J Hayward» دراسةً صدرت في المجلة البريطانية لعلم الجريمة بعنوان: «لقد قمت بواجبي: الإرهاب وهجمات الدعس كحافز تقليد»، حلَّلا فيها ظاهرة تصاعد الهجَمات على الحافلات والسيارات، فيما بين 2015–2017م، ووجدا أن ارتكاب العنف حافزٌ للتقليد؛ إذ ينتقل الحدث العنيف في فضاءات الإعلام، فيُستقبَل وتُقلِّده مجموعات من ذوي دوافعَ ونفسيات وأفكار وظروف مختلفة.

ووَفقًا للدراسة تُسهم وسائل الإعلام في تلك الظاهرة الجديدة، بنقل الهجَمات الإرهابية ليشاهدَها العالم، لكن على الرغم من ذلك فإن هذا التقييم لا يتعلَّق بكل الأحداث؛ بل بالعمليات المهمة فقط، أو التي لها طابعٌ خاص، وهي تلك التي تقدِّم ذلك النموذجَ المشجِّع على تقليد الإرهاب. وفي هذه الحالة تقوم وسائلُ الإعلام بعمل إيحائي وتحفيزي لعناصرَ تنتمي إلى أجيال جديدة، فتدفعها إلى الانخراط في مجموعات إرهابية موجودة، وهو ما يمكن أن نعُدَّه من أسوأ نتائج المعالجات الإعلامية للإرهاب وأخطرها.

ومما يلفت الانتباه في هذا المقام أن العنف المرتبط بالإعلام بمختلِف أنواعه (مثل: وسائل الإعلام التقليدية، والأفلام، وألعاب الفيديو) يُنظر إليه بوصفه تهديدًا للصحة العامَّة؛ إذ يساعد بثُّ الموادِّ المرئية التي تحتوي على لقطات عنيفة، ولا سيَّما في الأخبار، على زيادة العنف في المجتمع، وتحديدًا عمليات الانتحار أو الاعتداء. وهناك عواملُ أخرى وسيطة تؤثِّر في هذه العَلاقة، منها المؤثراتُ الاجتماعية الأخرى في الأفراد، غير أن دراسة قدمها كلٌّ من «إل رويل هويسمان L Rowell Huesmann، و لارامي تايلور Laramie D Taylor» في مجلة «المراجعة السنوية للصحة العامة» بعنوان «دور العنف الإعلامي في إثارة السلوك العنيف»، رأت أن العنف في وسائل الإعلام مؤثِّر قوي في المؤشرات التي تُقاس بها حالة الصحة العامة في المجتمع، وهو ما دفع منظمة الصحة العالمية إلى الاهتمام بالمحتوى الذي يتضمَّن عنفًا في وسائل الإعلام.

واقترحت «بريجيت ناكوس Brigitte L Nacos» في كتابها الصادر في عام 2016م بعنوان: «الإرهاب بوساطة إعلامية»، مَخرجًا لتخفيف الآثار السلبية للمتابعات الإعلامية للإرهاب، بأن تضعَ المؤسساتُ الإعلامية مبادئَ توجيهية، وضوابطَ للمعالجة الإعلامية والصَّحفية لقضايا الإرهاب، وذلك بالاعتماد على مجموعة من الخبراء المتخصِّصين في مجال الإرهاب، يتَّسِمون بالحياد والنزاهة والثقافة والتراكم المعرفي في هذا المجال، وتكفُل لهم خِبراتهم وقدراتهم الفنية عمل تحليل رصين وموضوعي، ثم إعداد تقييم موضوعي ودقيق لما يُعرض في وسائل الإعلام عن قضايا الإرهاب.

ولم يُشر التقرير في هذه القضية إلى أن التسليم بافتراض أن للتلفاز أثرًا مهمًّا في تكوين مواقف الجمهور المتلقِّي وتصرفاته بالتقليد، يقتضي ضرورةَ الإقرار بأن هذا التقليد يعني في علم النفس التربوي اكتسابَ السلوك والتصرف بتقليد نماذجَ يُعجَب بها المتلقِّي ولا سيَّما الأطفال والنشء، ومن ثَم فلا يصحُّ حصر المسؤولية عن التقليد الذي يساعد على استشراء العنف في التلفاز فقط، فهناك عواملُ أخرى تساعد على ذلك، منها الأُمِّية، والبطالة، والتطرف الديني، والصراع السياسي.

وفي مستوًى آخرَ من التحليل اتضح أن العَلاقة بين مشاهدة التلفاز ومعدَّلات العنف تختلف من دولة إلى أخرى، إذ يتفاوت تأثيرُ الإعلام المتلفز في جمهور المتلقِّين وَفقًا لثقافة الشخص، والعوامل الاقتصادية والتعليمية.

السلبي مقابل الإيجابي

أثرُ وسائل الإعلام في متابعة قضايا الإرهاب ومعالجتها مهم جدًّا في توجيه الرأي العام؛ لذلك يجب أن يكونَ خطاب الإعلام معتدلًا ومتزنًا، وهو ما يتطلَّب من محرِّري تلك الوسائل التحلِّيَ ببعض المؤهِّلات والسِّمات، ومن أهمها: البعدُ عن حمَلات التشكيك والتشهير ببعض فئات المجتمع؛ لما لذلك من أثر في التماسك المجتمعي، الذي ينتج عنه التمردُ على المجتمع وقيمه، وبداية ظهور الإرهاب.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن المتابعة الإعلامية للقنوات الفضائية والصُّحف لقضايا الإرهاب سلاحٌ ذو حدَّين؛ إيجابي وسلبي:

أما الجانبُ الإيجابي فيتجلَّى بمناقشة أخبار جهود مكافحة الإرهاب وتحليلها، وتقديم المعلومات الصحيحة والتحليلات الموضوعية للأحداث، ودعم الانتماء والتكاتف والتعاون في المجتمع، فتكون المتابعة التلفازية للإرهاب حينئذ حافزًا يؤدِّي بالضرورة إلى استجابة حسنة. وفي ظلِّ العمليات الإرهابية تنشط المتابعة الإعلامية الاستثنائية لجميع وسائل الإعلام، ولا سيَّما القنواتِ التلفازية الفضائية، من أجل تقديم المعلومة،

وعرض الحدث للجمهور بتفاصيله؛ مما يزيد الوعيَ والمعرفة لدى جمهور الوسيلة الإعلامية بأخطار العمل الإرهابي وآثاره، ويُفضي إلى تكوين رأي عام تجاهه.

وأما الجانبُ السلبي فيتجلَّى في الدعاية غير المقصودة للإرهاب والإرهابيين؛ بتضخيم الخسائر والآثار السلبية والإنسانية لأعمالهم. وفي هذا الصدد يجب على القائمين بالاتصال في هذه القنوات والصحف في أثناء المتابعة الإعلامية الابتعادُ قدر الإمكان عن لقطات انتصار الإرهابيين وقتل الضحايا، وعدم تصوير الإرهابي وكأنه ربح المعركة أمام الحكومات.

وحسب «أليكس بي شميد Alex P Schmid» فإن كثيرًا من الخبراء يتفقون على إمكانية الحدِّ من الآثار السلبية للمتابعات الإعلامية للإرهاب، وذلك بالرقابة الذاتية. هذا إذا كانت المؤسساتُ الإعلامية على استعداد لوضع مبادئَ توجيهية داخلية تحتكم إليها أكثرَ مما تنقادُ وراء المنافسة لوسائل الإعلام الأخرى. وحين تضع تلك الخطوطَ الإرشادية، عليها الوعيُ بأن الإرهابيين يسعَون إلى الدعاية المجانية بأعمال العنف التي يقومون بها، وأن طريقة المتابعة الإعلامية للهجَمات ذات الطابع المثير أو الإنساني يمكن أن تؤدِّيَ إلى تضخيم الأثر السلبي للإرهاب؛ لذا يجب عند وضع قواعد العمل الإعلامي أن يؤخذَ في الحُسبان تجنُّب انتهاك خصوصية الضحايا، أو التدخل في عمل رجال الأمن والشرطة، أو التسبُّب في أي إخلال بالنظام العام.

واستشهد التقريرُ بهجَمات الحادي عشر من سبتمبر 2001م؛ فهي من أكثر الأحداث التلفازية الحيَّة مشاهدةً في التاريخ؛ لتأكيد كيف يمكن للجماعات الإرهابية الاستفادةُ من تكالب وسائل الإعلام العالمية، وتوظيف المتابعات الإعلامية لأغراض دعائية خاصَّة بها. وفي المقابل بدأت الحكومة الأمريكية بعد 11 سبتمبر، في توظيف الخطاب الإعلامي المساند، لدعم إستراتيجياتها الأمنية، دون أن تخضعَ تلك الإستراتيجياتُ نفسها لمتابعة إعلامية، ومن ثَم لم تؤدِّ وسائلُ الإعلام أي وظيفة مناوئة لها.

وبإجراء تحليل كيفي دقيق للأداء الإعلامي اتضح أن ذلك الدعمَ يرجع -جزئيًا على الأقل- إلى نجاح صُنَّاع القرار السياسي في تطويع الرسائل الإعلامية؛ لتعمل على زيادة الدعم الداخلي للأثر القيادي الجديد الذي ستضطلع به الولاياتُ المتحدة في مكافحة الإرهاب.

تأطير الإرهاب

تتعلَّق نظرية «التأطير» في دراسات الاتصال، بوضع جدول أعمال مُوجِّه للممارسة الإعلامية. وإن جوهر التأطير هو جذبُ انتباه المتلقِّي إلى أحداث معينة، وإيصال معانٍ محدَّدة منها. ولا يقتصر التأطيرُ على الخطاب المكتوب؛ بل يشمل التأطير أيضًا الموادَّ المسموعة والمرئية، ويطرح حُزمةً متكاملة من المواد تقدِّم تفسيرًا متماسكًا للأحداث، وتقويمًا مُتعمَّدًا مُعَدًّا سابقًا.

وغالبًا ما تكون هناك أُطُر ثابتة؛ إذ يميل الصَّحفيون بمرور الوقت إلى صياغة القصص بأساليبَ متشابهة، ثم يتحوَّل الأمر إلى نوع من التأطير المستمر حتى لو تغيَّر الوضع، ثم يتصاعد خطابُ التخويف من العنف والإرهاب باطِّراد، ويُروَّج عن غير قصد لتفسيرات معيَّنة للأحداث. مثلًا: تراجعَ خطرُ الإرهاب في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحادي عشر من سبتمبر، في حين زاد مستوى الخوف لدى المواطنين؛ مما أفضى إلى تحوُّل كبير في اتجاهات الرأي العام الأمريكي تجاه قضايا الأمن القومي والسياسة الخارجية.

في الوقت ذاته، وبسبب الاستخدام المستمر للتأطير، تصبح الأحداث أقلَّ جذبًا للجمهور، فتتراجع أولويتها وجدارتها

بالمتابعة لدى المؤسسات الإعلامية. والتكرارُ والإلحاح المصاحب للتأطير يمثِّل تحدِّيًا كبيرًا أمام استيفاء المتابعات الإعلامية للمعايير الموضوعية المتضمَّنة في مدوَّنات السلوك والمبادئ الاسترشادية الأخلاقية. وقد ينزلق الصّحفيون عفويًا نحو تبنِّي رسالة الإرهاب، بإضفاء شرعية على العنف، وهو ما قد يشجع على وقوع مزيد من الهجَمات الإرهابية. وعلى خلاف هذا قد يتبنَّى الإعلام التفسيرَ الرسمي، ورواية «الإطار» الذي يستخدمه المسؤولون. ويكشف بعضُ المحلِّلين أن ثمةَ استعدادًا متبادلًا بين الحكومة الأمريكية والصَّحفيين لإجراء حوار، وإنضاج أطُر مقبولة يمكن بها المتابعةُ الإعلامية للهجَمات الإرهابية.

ولجأ بعضُ الدارسين إلى دراسة مصطلحات، مثل: الجريمة، والضحية، والخوف، وغيرها من المفردات المستخدمة والمنتشرة في المحتوى الإعلامي، وبيان آثارها بوصفها أدوات للتأطير. في حين استخدم آخرون أساليبَ مختلفة للبحث في تأطير وسائل الإعلام للإرهاب، فاستخدمت إحدى الدراساتُ نموذج الاقتراب المتعدِّد في تحليل محتوى التقارير الإخبارية، وقد أظهر ذلك طبيعةَ تأثير العقائد الدينية والأفكار والعَلاقات الثنائية في التأطير في وسائل الإعلام. فمثلًا: إذا كانت هناك عَلاقاتٌ ثنائية وثيقة بين الدولة التي تنتمي إليها وسائلُ الإعلام والدولة التي تعرضت للهجوم، فإن وسائل الإعلام تلك تميل إلى تأطير الهجوم الإرهابي بطريقة أكثر سلبية. ومن المثير للانتباه أن هذا الارتباطَ لا ينطبق تمامًا في حالة التقارب العقدي والفكري؛ إذ لا يُحدث التأثيرَ ذاته في عملية التأطير.

وقد أثبتت الدراساتُ وجود درجات متفاوتة من التأطير المتعمَّد وغير المتعمَّد للمتابعة الإعلامية للإرهاب، مما يؤكِّد أن المبادئ الاسترشادية والقواعد الأخلاقية مهمة للحفاظ على موضوعية وسائل الإعلام.

الضوابط والمعايير

صارت المنصَّات الرَّقْمية لوسائل الإعلام الحديثة أداةً أساسية لتداول الأخبار في أيامنا، وعادةً ما تحتفظ هذه المنصَّاتُ بالرمز «الكود» الأخلاقي نفسه للوسائل الإعلامية الأم (المرئية والمطبوعة). أما منصَّات الوسائط الرَّقْمية غير المرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية ففي معظم الأحيان لا تلتزم بالضوابط الأخلاقية نفسها، ولا بضوابط الجَودة المهنية نفسها؛ مما يتجلَّى سلبًا في المتابعة الإعلامية، وهذا بلا ريب تحدٍّ كبيرٌ يجب معالجته في المستقبل؛ لتعظيم فوائد استخدام تلك الوسائل، وتحجيم الأضرار الناتجة عن سوء توظيفها.

ويمكن أن يكونَ لوسائل الإعلام تأثيرٌ إيجابي في صنع السلام، وتسليط الضوء على التضامن المجتمعي. ويمكن لوسائل الإعلام زيادةُ الوعي العام بالتهديدات الأمنية، وإجراءات الطوارئ، وتشجيع الحوار العامِّ والنقاش بشأن الآثار الاجتماعية والسياسية للإرهاب.

وتُوصي «كريستينا أركيتي Cristina Archetti» وسائلَ الإعلام بضرورة فهم كيفية استخدام «الاتصالات الإستراتيجية» و«السرديات» لتكون أدواتٍ ناجعةً في مكافحة التطرف، وعلى الرغم من ذلك تُقرُّ بكثرة المشكلات التي يجب التغلُّب عليها وتجاوزها؛ لكي يكونَ هذا الاستخدام واقعيًا ومفيدًا. ويمكن هنا أن نشيرَ إلى أن الدعاية أصبحت جزءًا من نشاط وسائل الإعلام، ولو كانت على نحو غير مُتعمَّد، وذلك حين تجتمع عواملُ تجعل من المتابعة الإعلامية الإخبارية عملًا دعائيًا دون أن يكونَ ذلك من أهداف الصَّحفي أو المؤسسة الإعلامية. فإن الضوابط السياسية والثقافية التي توجِّه الصَّحفي إلى اختيار أحداث معيَّنة، والاهتمام ببعض جوانب هذه الأحداث دون جوانبَ أخرى، قد تجعل المتابعة الإخبارية عملًا دعائيًا.

والتأثيرُ الدعائي للأخبار قد يكون أقوى؛ وذلك أن الجمهور يُتابع الأخبار بوصفها تقاريرَ عن حقائق، غير أنه من الناحية الفعلية يظلُّ اختيار الحقائق والعبث بها أو حذفها من الخبر عن قصد أو عن غير قصد، نوعًا من الدعاية التي يمارسها رجلُ الإعلام؛ لتتحوَّل بذلك المتابعاتُ الإعلامية الإخبارية إلى مُعالَجات دعائية تُسهم في ترويج أخبار الإرهابيين والدعاية لهجَماتهم ولأفعالهم الشنيعة، وهذا ما يطمح إليه الإرهابيون ويسعَون إلى تحقيقه. ولهذا ظهرت مطالباتٌ حثيثة بحصر المتابعات الإعلامية للأعمال الإرهابية في حدود ضيِّقة ما أمكن، وذلك لحرمان الإرهابيين من تحقيق هدفهم في الحصول على أوسع دعاية دَولية ممكنة لعملياتهم.

هناك إذن ضرورةٌ لالتزام وسائل الإعلام بالحياد، وبالأخلاق المِهَنية في تداول المعلومات عن ظاهرة الإرهاب، لئلَّا تُفضي إلى إثارة الشعور بالاحتقان السياسي لدى جمهور المشاهدين والقرَّاء؛ بل عليها أن تُسهمَ في تقديم الحلول والنصائح للمشاهد والقارئ، والتشجيع على رفع الروح المعنوية، والمشاركة في التثقيف والتبصير، والتصدِّي للأفكار الإرهابية، والإغراء بتمثُّل الأخلاق الوطنية. ويرى عددٌ من الباحثين أن الإعلام أخفق في التعامل مع الإرهاب، بالعجز عن تزويد المشاهدين والقرَّاء برؤية واضحة ودقيقة عن الأحداث الإرهابية. وأدَّى هذا إلى بروز تفسيرات متضاربة تتصل بقضايا الإرهاب ونتائجها، تختلط فيها المعالجةُ الإعلامية بالحمَلات الدعائية.

وأوضح التقرير أيضًا تأثُّرَ أخلاق مهنة الإعلام بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الصَّحفيون والمؤسسات الإعلامية المختلفة، وتتحدَّد بموجبها الأطُر العامة

لقِيَمها الأخلاقية. وثمَّةَ عددٌ من الضوابط الصَّحفية والتحريرية مُتَّفق عليها لإعداد التقارير المسؤولة وهي المُتعارَفة في المؤسسات الصَّحفية الدَّولية، ومن أهمها: معايير الشفافية، والموضوعية، والحياد، وتقليل الضرر، والدِّقة. وقد أخذت هذه المبادئُ تتجسَّد في تشريعات إعلامية أو مواثيق شرف أقرَّتها اتحاداتٌ صَحفية ومؤسسات إعلامية كثيرة. وإن معظم الإعلانات العالمية والمواثيق الدَّولية الخاصة بوسائل الإعلام تدور في فلَك حرية التعبير، وضمان الحصول على المعلومات، وتقديم تقاريرَ موضوعية، وعدم تحوُّل هذه الوسائل الإعلامية إلى أداةٍ في يد أي تيار أو فريق سياسي أو فكري.

لذلك عملت كثيرٌ من المؤسسات الدَّولية مثل «اليونسكو» و«مركز الصِّحافة الرَّقْمية» على تطوير مجموعة مبادئَ للالتزام بها في تناول قضايا الإرهاب؛ من أجل تخفيف أي آثار سلبية للتعامل الإعلامي مع ظاهرة الإرهاب، ومن ذلك مثلًا: التوجيهُ بحذف المعلومات الخطِرة، مثل الأوصاف التفصيلية لأساليب الهجوم، على أن تُراعَى المرونة في تطبيق تلك المبادئ؛ لأن طبيعة الإرهاب تتغيَّر باستمرار مع اختلاف الزمان والمكان والظروف المحيطة. وقد تبنَّت كثيرٌ من المؤسسات الإعلامية تلك المبادئَ والمعايير في تعاملها مع المتابعة الإعلامية للأحداث الإرهابية، مثل «رويترز، وسكاي، وبي بي سي»؛ إذ زاد الاهتمامُ بإضفاء الطابع الإنساني، وتقليل ظهور صور الجناة، فضلًا عن تعزيز خطاب التضامن الاجتماعي.

وفي هذا السياق طالب التقريرُ بتطبيقٍ جادٍّ ومنهجي لتلك المبادئ والمعايير، منبِّهًا على التفاوت الحاصل في الرؤية والقدُرات بين المؤسسات الإعلامية الكبيرة على المستوى الوطني، مقابل وسائل الإعلام الصغيرة والمحلِّية، فلكلٍّ منها أثرٌ حيوي مختلف، وكلاهما بحاجة إلى الالتزام بالقواعد الأخلاقية والمتابعات الإعلامية المسؤولة؛ لضمان الحفاظ على التأثير الإيجابي لكلٍّ منهما قدرَ الإمكان.

وأوصى التقريرُ في هذا الجزء بأهمية التزام المؤسسات الإعلامية بتلك المبادئ الأخلاقية والضوابط المنهجية عند التعامل مع القضايا الإرهابية؛ كالتعامل مع الخبر أو الحدث بموضوعية تامَّة، مع التحكُّم بوقت نشره وأسلوب صياغته. فينبغي الابتعادُ عن الإثارة عند نشر الأخبار المتعلِّقة بالأحداث الإرهابية، مع مراعاة عدم إخفاء الحقائق بما يُضعف الثقة بالمؤسسة الإعلامية. ويجب توخِّي الحذر فيما يتعلَّق بنشر تقاريرَ تتناول الأحداث الإرهابية، ولا سيَّما التقارير التي تبثُّ للرأي العام آراءً مؤيدة لوجهات نظر الجماعات الإرهابية.

ومع أن التقريرَ تناول تلك الجزئية بعُمق نراه قد تجاهل الوظيفة التي تؤدِّيها وسائلُ الإعلام في أثناء الأزَمات أو بعدها، ولا سيَّما الأزَمات الداخلية، سواءٌ السياسية أو الاقتصادية في الدولة، تلك التي يكون الإعلامُ فيها أحدَ أهم أدوات إدارة الأزمة. وتتضح أهميةُ هذه الجزئية وخطرها عندما تؤدِّي وسائل الإعلام وظيفةً سلبية في معالجة الأزَمات؛ بالتعتيم والتجاهل، مما يؤدِّي إلى تضليل الرأي العام، فضلًا عن عزله وحرمان الدول من الوظيفة المجتمعية الناجعة في إدارة الأزَمات. ولهذه المسألةِ أهميةٌ خاصة في النطاق العربي؛ إذ يجب فرضُ ضوابطَ ومعاييرَ أخلاقية تلتزم بها المؤسساتُ الإعلامية عند تناول الأحداث والعمليات

الإرهابية؛ لكي تتحقَّقَ الغايةُ الرئيسة من المتابعة الإعلامية، وهي الكشفُ عن مغالطات تلك الجماعات، وسوء استخدامها للدَّعاوى الدينية.

التداعيات المجتمعية

من أهم جوانب العَلاقة بين الإرهاب والإعلام التقليدي، تلك المتعلِّقة بتأثير وسائل الإعلام التقليدية في الجوانب الاجتماعية والنفسية للإرهاب؛ إذ تواجه وسائلُ الإعلام اتهامًا بخدمة الإرهاب في بعض الأحيان، بالمتابعة الإعلامية لأخباره وعملياته بطريقة تُسهم في نشر الخوف والفزع، وتخلِّف آثارًا سلبية في أمان المجتمع وتماسكه.

ولا يقتصر الأمر على المتابعة الإعلامية الإخبارية، فالأطُر الإعلامية الأخرى، مثل: التقارير والقصص والتعليقات، لها أثرٌ بارز في الجمهور، وهي أحدُ المحرِّضات المهمة للإرهابيين على القيام بالعمليات؛ بحثًا عن الدعاية والترويج لقضيَّتهم، مما يساعد على نشر أفكارهم واستقطاب المزيد من الأفراد إلى صفوفهم.

لذلك ذهب «والتر لاكوير Walter Laquer» إلى القول: إن وسائل الإعلام هي أفضلُ صديق للإرهابيين. وقد أُجريت دراساتٌ عن ردود أفعال الجمهور على المتابعة الإعلامية للإرهاب، ولا سيَّما عندما تنتمي الجماعاتُ الإرهابية إلى ديانة معينة أو عقيدة ما؛ إذ اتضح أن للدِّين أو العقيدة أثرًا عميقًا في مقدار المتابعة الإعلامية التي تخصِّصها وسائل الإعلام. على سبيل المثال: خلَصَت إحدى الدراسات إلى أن هناك تباينًا يصل إلى حدِّ التناقض بين التهوين والتهويل، في المتابعة الإعلامية للإرهاب في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك إذا كان مرتكبُ الحادث أو منفِّذ العمل الإرهابي مسلمًا أو غير مسلم، فيكون التهويل كبيرًا وواضحًا في المتابعة الإعلامية للهجَمات التي يرتكبها مسلم، وقد وصلت نسبةُ المتابعة الإعلامية للهجَمات التي نفَّذها مسلمون مقارنةً بتلك التي ارتكبها غير المسلمين إلى قرابة 357٪.

ويؤثِّر هذا في توجيه الرأي العام ونظرة المجتمع للمسلمين، بما يشجِّع الجمهور المتلقِّي على إظهار التحيُّز ضدَّ المسلمين، وحصرهم في قوالبَ ذهنية نمطية؛ لذا فإن ثقافة العاملين في مجال الإعلام، وتأهيلهم المهني يحتاجان إلى مزيدٍ من الدراسات التحليلية، فقد تظهر قناعاتهم وتربيتهم الثقافية والفكرية في حيادهم أو تحيُّزهم عند تناول أي محتوًى إعلامي يتعلَّق بالإرهاب؛ ولذا يطالب التقريرُ الإعلاميين بالإقرار بأن المتابعة الإعلامية للإرهاب يمكن أن تؤثِّر في حياة آلاف الناس؛ لذلك تقع عليهم مسؤوليةٌ أخلاقية ومعنوية في الالتزام بالتوجيهات الإرشادية ومدوَّنات السلوك.

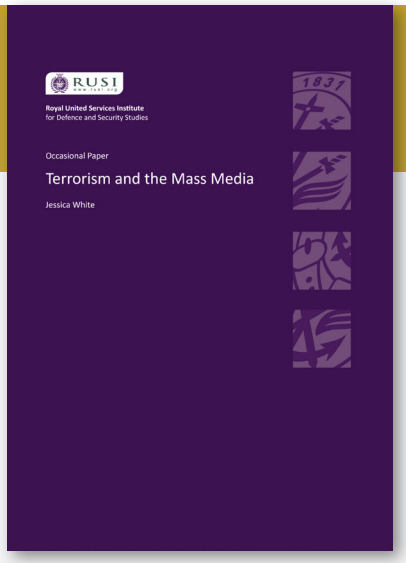
وعلى الجمهور المتلقِّي أيضًا اختيارُ متابعة وسائل الإعلام الموثوقة وذات المسؤولية، بما يزيد من فرص الصدق والدقة في المعلومات والآراء التي توجَّه إلى الناس عبر تلك الوسائل. ونظرًا لقلَّة المعرفة بالمعلومات الدقيقة عن الإرهاب، سواءٌ لدى العوام أو الإعلاميين، يجد الإعلاميون أنفسهم مضطرِّين إلى مجاراة الآراء والقوالب النمطية القائمة؛ لكي يصدِّقَهم الجمهور، وهو ما يظهر في تعميق أثر وسائل الإعلام في إدامة الانحيازات وتراكمها.

وفي سياق الحديث عن التراكم، يناقش التقريرُ ظاهرة مهمة وهي «مراكمة التطرف» التي بدأت حديثًا في إثارة الاهتمام البحثي والتخصُّصي، وتحديدًا بعد أعمال الشَّغْب التي شهدتها مدينة برادفورد عام 2001م، ثم تفجيرات لندن في 2005م، وتتلخَّصُ في أن أحد أنواع التطرف يمكن أن يُغذِّيَ أنواعًا أخرى من التطرف. ويختصُّ استخدام مصطلح «مراكمة التطرف» بالاستجابات المتبادلة بين التطرف اليميني والتطرف الديني الإسلامي! بيدَ أنه يجب توخِّي الحذر؛ إذ لا يزال هذا الارتباطُ الشَّرطي غيرَ مؤكد تمامًا، ويحتاج إلى مزيد من الدراسات، ولا سيَّما مع وجود عواملَ ومتغيِّرات أخرى لها أثرٌ في تغذية التصعيد والتحريض المتبادَل على التطرف، والإعلام من أهم تلك العوامل.

الإعلام التقليدي

حدَّد التقرير نطاقَه البحثي في موضوع «الإعلام التقليدي»، إلا أنه تضمَّن أيضًا المنصَّات الرَّقْمية المصاحبة لتلك الوسائل. أي: إن النطاق يشتمل على جانبٍ من وسائط الإعلام الجديد وصوره، وهو المواقع الإلكترونية الخاصَّة بتلك الوسائل التقليدية. ويدفع هذا الاختيارُ إلى السؤال عن المعيار المعتمَد في تحديد طبيعة الوسائل التي هي محلُّ الدراسة، فالتمييزُ بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، يخضع لمعيار رئيس هو طبيعةُ الوسائط المستخدَمة، وهي في الإعلام التقليدي إما الورقُ المطبوع أو الإرسالُ الإذاعي والمتلفز بوجهيه الأرضي والفضائي.

أما الإعلامُ الجديد فيَستخدم حصرًا الفضاءَ الإلكتروني مجالًا للبثِّ، مع تنوُّع الوسائط المستخدَمة داخل هذا المجال، بين مواقعَ إخبارية وأخرى تفاعلية، ومنصَّات للتواصل والتفاعل المجتمعي المفتوح، ومواقعَ وشبكات للمحادثة، فضلًا عن تعدُّدية الوسائط الحاملة للمحتوى، التي تجمع بين نصٍّ مكتوب وصور «فوتوغرافية» ومقاطع صوتية أو فيديو. من هنا كان إدراجُ المنصَّات الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام التقليدية في نطاق البحث في التقرير يفتح البابَ أمام إعادة النظر في الأساس المعياري لتعريف «الإعلام التقليدي»، وتمييزه من الإعلام الجديد.



الإرهاب ووسائل الإعلام

TERRORISM AND THE MASS MEDIA

الصادر عن

المعهد الملكي للخدمات المتحدة لدراسات الدفاع والأمن
المملكة المتحدة.

مايو 2020

التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب
ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION

التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب

ISLAMIC MILITARY COUNTER TERRORISM COALITION