

الإعلام الدولي

INTERNATIONAL MASS COMMUNICATION

الدكتور

علي فلاح الضلاعين

الدكتور

مصطفى يوسف كافي

الدكتور

محمود عزت اللحام

الدكتور

ماهر عودة الشمايلة



الإعلام الدولي

نظريات الإعلام المعيارية

- ١- نظرية السلطة.
- ٢- نظرية الحرية.
- ٣- نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- ٤- النظرية السوفيتية الشمولية، الشيوعية.
- ٥- نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.
- ٦- نظرية المسؤولية العالمية.
- ٧- النظرية التنموية.
- ٨- النظرية التبعية الإعلامية.
- ٩- نظرية المشاركة الديمقراطية.

ما المقصود بنظريات الإعلام المعيارية؟

يقصد بمصطلح المعيارية لغة: «المعيار» ويعني المقياس الذي يقاس به غيره للحكم والتقييم . .

أما اصطلاحاً فيقصد بنظريات الإعلام المعيارية: خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير؛ بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام في مجتمع ما أو بلد ما، ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع .

هذه النظريات تصف وضعاً مثالياً للنظام الإعلامي في بلد ما وفي حقبة تاريخية معينة، بحيث تتحدد فيه الهيكلة والعمليات، وهي لا تصف واقع الإعلام، بل تؤكد مثالية الإعلام وما ينبغي أن يكون عليه . وتنطلق عادة هذه النظريات من الفلسفة والقيم والأيدولوجيا السائدة في المجتمع، وهي التي تؤسس لنشأة المؤسسات الإعلامية، وتعطيها الشرعية المطلوبة . وتنعكس الملامح الخاصة بهذه النظريات في القوانين والسياسيات الإعلامية، ومواثيق الشرف، وأخلاقيات المهنة .

تطور نظريات الإعلام المعيارية:

في القرنين التاسع عشر والعشرين هيمنت على جميع جوانب الحياة نظم سياسية عالمية، فتطّعت كل جوانب الحياة بطابع تلك النظم، على اختلاف مشاربها، وتعدد اتجاهاتها . فالجانب الاقتصادي، والجانب الثقافي، والجانب الاجتماعي، وكذلك الجانب الإعلامي، كلها غدت تابعة للجانب السياسي .

فمثلاً أصبحت وسائل الإعلام وضوابطه وأنواعه وأساليب الرقابة فيه تابعة للنظام السياسي السائد في كل دولة . ومع مرور الزمن تبين للجميع أن خير ما يمثل المجتمعات هي وسائل الإعلام، فهي الألسن الناطقة للأئظمة التي تحكمها وتتحكم فيها؛ ولذلك لا يمكن بأي حال من الأحوال الفصل بين خصائص الإعلام ووظائفه في مجتمع ما، والنظام السياسي العام المطبق في هذا المجتمع .

كل هذا أدى في منتصف القرن العشرين إلى ظهور نظريات إعلامية، والتي كان من المهم أن تكون مواكبةً للنماذج السائدة في العلوم السياسية وقتئذٍ.

وبناءً على هذا ففي أواخر الستينيات ظهرت نظريات مختلفة في الإعلام، تمثل نوعاً من تنظير للعلاقة التي تكون بين وسائل الإعلام والمجتمع الذي توجد فيه.

ومن أهم هذه الدراسات التي كان لها دور في بحث أسس هذه النظريات؛ الدراسة التي أجراها الإعلاميون الأمريكيون «سبيرت» و«شرام» و«بترسون» عام ١٩٥٦م، وقد نالت هذه الدراسة اهتماماً كبيراً من الباحثين، وتصدّرت الساحة النظرية في مجال النظريات الإعلامية ردحاً من الزمن، وتركت آثارها الكبيرة على كل الأعمال النظرية التي تلتها.

ولدى البحث يتبين أن الأصل في النظريات الإعلامية التقليدية نظريتان اثنتان هما: نظرية السلطة، ونظرية الحرية. ثم تولّد عنهما نظريتان أخريان، هما: نظرية المسؤولية الاجتماعية، والنظرية السوفيتية الشمولية «الشيوعية».

أما في عام ١٩٧٠م فقد وضع «لونستين» تصنيفاً جديداً اعتمد فيه على ملكية الصحافة وفلسفتها وتضمن خمس نظريات:

١- النظرية السلطوية: وفي ظلها تعطي الحكومة رخصة لإصدار ومراقبة المضمون، ومن ثم تقوم الصحافة بدعم النخبة أو السلطة الحاكمة.

٢- النظرية السلطوية الاجتماعية: وفيها تمتلك الحكومة وأحزابها الصحافة، وتعد الصحافة في إطارها وسيلة لتحقيق الأهداف الفلسفية والاقتصادية للدولة.

٣- النظرية الليبرالية: تعمل في غياب رقابة الدولة، مع استثناءات قليلة مثل الأعمال الفاضحة، مؤكدة حرية الرأي.

٤- النظرية الليبرالية الاجتماعية: وتعمل بحد أدنى من رقابة الدولة لتقوية قنوات الاتصال؛ ولتأكيد روح الفلسفة الليبرالية.

٥- النظرية المركزية الاجتماعية: وتوجد فيها ملكية من قبل الدولة، أو ملكية عامة، وتؤكد روح الفلسفة الليبرالية من خلال التعدد والتنافس في قنوات محدودة.

وفي الثمانينيات ظهرت تصنيفات جديدة، منها تصنيف «هاكتن» والذي جعل النظريات المعيارية خمساً؛ حيث أبقى على النظريتين التقليديتين السلطوية والشيوعية، ودمج نظرية الحرية في المسؤولية الاجتماعية لتصبح نظرية واحدة، وأضاف نظريتين جديدتين هما النظرية الثورية والتنمية:

- النظرية الثورية: يقصد بها استخدام وسائل الإعلام بشكل غير قانوني وتخريبي من قبل جماعات الرفض والمعارضة بهدف إسقاط نظام الحكم القائم.

- النظرية التنموية: ويقصد بها استخدام وسائل الإعلام للتنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تحتل أولوية متقدمة على حرية الصحافة خاصة في الدول النامية.

أما في عام ١٩٨٣م فقد وضع «ماكويل» تصنيفاً جديداً آخر أبقى فيه على النظريات الأربع التقليدية وهي السلطوية والحرية والشيوعية والمسؤولية الاجتماعية، وأضاف إليها النظرية التنموية فقط.

وفي محاولة للتغلب على النمطية وعدم المرونة في نظريات الصحافة الأربع؛ اقترح «جولدنج» و«إليوت» أن تكون المقارنة بين الأنظمة الإعلامية على أساس الدور الذي تقوم به، وقد حددا أربعة أدوار قد تجتمع كلها أو بعضها في آن واحد وهي:

١- دور السلطة الرابعة والحارس الأمين لحقوق الشعب.

٢- دور تسويق سياسات النظام القادم.

٣- دعم ونشر أيديولوجية معينة أو الدفاع عنها.

٤- دور المتفرج والمحايد لما يجري في المجتمع.

وبعد هذا السرد التاريخي المختصر لتطور نظريات الإعلام المعيارية؛ فهذا تفصيل لأهم النظريات المعيارية للإعلام التقليدية والجديدة.

أولاً: نظرية السلطة (Authoritarian Theory)

تمثل نظرية السلطة، أول نظرية جسدت العلاقة بين الصحافة والمجتمع، وقد نشأت خلال القرون الوسطى بعد أن ظهرت الصحافة كوسيلة إعلامية في المجتمعات الأوروبية، وقد اكتتفت العلاقة بينهما بالريبة والشك. حيث إن الحكومات الأوروبية والكنيسة المسيحية المسيطرة على تلك الحكومات قد وضعت القيود وعرقلت مساعي الصحفيين والناشرين في أن يمارسوا دورهم الصحفي في النشر والحصول على المعلومات التي تقتضيها مهنة الصحافة والنشر.

ويعكس النظرية الليبرالية، لم تكن هناك أعمال فكرية مؤثرة في أسس هذه النظرية باستثناءات محدودة. وقد ذكر «سبيرت» اقتباساً عن الكاتب الإنجليزي «صامويل جونسون» في القرن الثامن عشر، الذي برر النزعة السلطوية في قوله: «إن كل مجتمع يمتلك الحق في المحافظة على السلام والأمن والنظام العام؛ ومن أجل تحقيق هذا الهدف، يحق للحكومات أن تمنع الآراء التي تمثل خطراً على سلامة المجتمع». وقد اعتمدت النظرية على أعمال أفلاطون وهوبز وميكافيللي.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام؛ حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية يعمل بها كامتياز منحه رأس الهرم: الإمبراطور أو الرئيس، ويتعين أن يكون ملتزماً ومسؤولاً أمام الحكومة.

وتمثل الفلسفة المهيمنة على أوروبا في القرون الوسطى منبع الأسس الفكرية التي انطلقت منها النظرية السلطوية، وتتلخص في خمس نقاط هي:

● مذهب الحق الإلهي للحاكم.

- أن الشعب مجرد أدوات لخدمة الحاكم .
- أن الحاكم صاحب الحق الأول في نوع وحجم الحقائق أو المعلومات التي تصل إلى أذهان الناس .
- أن الحاكم يتصرف في الإعلام لا غيره .
- أن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي تأييد سياسة الحاكم والدعوة إلى تعييدها .

وانطلاقاً من هذه الأسس تتلخص أهم وظائف الخبر في وظيفتين هما:

- ١- الدعاية للحاكم بغض النظر عن نقل الحقائق الموضوعية .
- ٢- نقل الأخبار التي تخدم الحاكم فقط .

نقد النظرية:

- تعرضت النظرية لانتقادات جوهرية من الفلاسفة والممارسين الإعلاميين ، وتتلخص الانتقادات في عدد من النقاط أبرزها:
- ١- أن النظرية تمنع عرض وجهات النظر أو الأبعاد الأخرى للمعلومة على الجمهور .
 - ٢- أن النظرية تؤدي إلى عدم التطور والارتقاء بمهنة الصحافة والإعلام .



ثانياً: نظرية الحرية (الليبرالية) (Free Press Theory)

نظراً لتطور الديمقراطية السياسية والحرية الدينية واتساع نطاق التجارة، خاصة بعد الثورة الفرنسية، وما رافقها من الثورة الصناعية، والرحلات صار الناس يرفضون نظرية السلطة؛ مما أتاح الفرصة لظهور نظرية جديدة وهي نظرية الحرية. وقد بدأت هذه النظرية في الظهور في القرن السابع عشر، وازدهرت في القرن التاسع عشر، وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة لمراقبة أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع. وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور. كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية. أما كيفية الإشراف على وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة ومفتوحة بواسطة المحاكمة.

تنطلق الفكرة الجوهرية لهذه النظرية من كونها تسعى إلى إيصال الحقيقة إلى الناس، وإلى كونها لا تخدم أحداً أو مؤسسة في إطار عملها الإعلامي ولا تخضع لأي شكل من أشكال الرقابة سواء داخلياً أو خارجياً. وقد لخص «جان كين» (1991) في كتابه «الإعلام والديموقراطية» الجدل حول حرية الصحافة في أربعة اتجاهات تاريخية تناولت هذا الموضوع:

- الاتجاه الديني؛ الذي مثله «جون ميلتون» في منتصف القرن السابع عشر، وفيه عارض القيود على حرية التعبير من منطلق أن الفرد - رجلاً أو امرأة - قد باركه الله بنعمة العقل، ومكنه من القراءة والحكم المبني على الضمير، ومن هنا فحرية

الصحافة ضرورية لكونها تساعد على تطوير نوازع الخير لدى الأفراد، وينبغي أن تتعرض للاختبار بصفة منتظمة بعرضها على آراء متباينة وخبرات متنوعة .

- الاتجاه السياسي؛ ومثله «جون لوك» مطلع القرن الثامن عشر، وفيه رأى أن حرية الصحافة ينبغي أن تنطلق من مبادئ حقوق الفرد الطبيعية المتمثلة في حقه أن يقرر ويختار في كل مناحي الحياة الدينية والسياسية وغيرها، ومن حق الفرد أن ينشر ويعبر عن آرائه بدون أي قيود تفرضها الحكومات .

- الاتجاه النفعي؛ ويمثله كل من «بيثام» و«ميل»، وكلاهما يعتقد أنه من أجل أن يعمل النظام السياسي بشكل اعتيادي، يجب أن يكون في المجتمع آليات لتفعيل التعبير عن الرأي العام، ويرى كل منهما أن الرأي العام هو الضمانة الرئيسة لعدم إساءة استخدام الحكم أو إساءة استخدام التشريع في المجتمع، وهكذا فإن حرية الصحافة تهمي وتخدم التعبير عن الرأي العام، ويضيف «ميل» أن الشعب لا يستطيع أن ينتقد حكومته إذا لم تقدم له المعلومات كاملة عن الشخصيات التي تدير الشأن العام في المجتمع، وهذه مهمة الصحافة الحرة .

- ومثل الاتجاه الرابع «جون ستيورت»، الذي انتقد المذهب النفعي والذي جعل من حرية الصحافة ضرورة براغماتية . حيث يرى «ستيورت» أن التداول الحر للأفكار من خلال الرأي العام هو مطلب أساسي لمجرد الوصول إلى الحقيقة؛ حيث إنه هو صاحب مقولة: «قيمة الدولة على المدى الطويل هي قيمة الأفراد الذين تتكون منهم»، وقد تبنى المؤسسون الأمريكيون -على وجه الخصوص- أفكار «جون ستيورت» وجعلوها منطلقاً لفهمهم لدور الصحافة في المجتمع، ونادوا بالتالي بحرية الصحافة، ويعتقد الكثيرون أن الفكر الذي طرحه «ستيورت» في هذا الخصوص يعطيه الأبوّة الشرعية للصحافة الليبرالية في العالم .

وقد أشار «تومبسون» (١٩٩٥) إلى أن هؤلاء المفكرين الكلاسيكيين قد رأوا أن

حرية التعبير عن الآراء من خلال صحافة مستقلة؛ هو الضمان الأساسي لتنوع وجهات النظر، وما يتبع ذلك من تنوير لآفاق الرأي العام؛ حيث تلعب الصحافة الحرة والمستقلة دوراً محورياً في حراسة المجتمع ومؤسسات الدولة .

وباختصار فإن الأسس الفكرية لنظرية الحرية تأتي من فكرة الحقوق الطبيعية للإنسان، ومن أهمها:

- حق الفرد في معرفة ما يجري حوله دون حدود أو قيود أو شروط .
- حق الإنسان في معرفة الحقيقة، ولا يمكن أن يصل إلى ذلك إلا إذا توفر للأفراد حقهم في التعبير عن آرائهم ومناقشة ما يجري حولهم بحرية تامة .
- وسائل الإعلام هي السوق الحرة للأفكار والآراء والمعلومات .

وانطلاقاً من هذه الأسس تتلخص أهم وظائف الخبر في ظل نظرية الحرية في وظيفتين:

- نقل الحقيقة كاملة دون حدود أو قيود .
 - إثارة اهتمام القراء لكي يقبلوا على شراء الصحيفة .
- وفي ظل هذه النظرية تعددت تعريفات الخبر، ولكنها في مجملها ركزت على عنصر الإثارة. ومن هذه التعريفات:

أ- أن الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي يقبلوا على شراء الصحيفة .

ب- الخبر هو تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان، والخبر الجيد هو الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء .

نقد النظرية:

تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات . حيث أصبحت

وسائل الإعلام تعرض الأخلاق العامة للخطر تحت شعار الحرية، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكونه على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية. وهنا يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة ولكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه.



ثالثاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility Theory)

بدأ المفكرون والإصلاحيون في المجتمعات الديمقراطية خلال القرن العشرين يعبرون عن سخطهم فيها يتعلق بنظرية الحرية؛ لأن عدداً من المبادئ الرئيسية في النظرية في اعتقاد هؤلاء المفكرين هي مبادئ مبنية على قواعد غير سليمة. كما أن بعضاً من المفاهيم وكثيراً من وسائل الاتصال في تغيير دائم، وهذه التغييرات المستمرة جعلت العلماء في القرن العشرين يبتعدون عن تأييدهم لنظرية الحرية.

إن نظرية الحرية مبنية على الاعتقاد بأن الإنسان ذكي وموضوعي وقادر على اتخاذ القرارات لنفسه. ولكن علماء النفس اليوم يدعون أن الإنسان لا يملك المقدرة على التفرقة بين الحقيقة والدعاية الذكية.

واعتقد المفكرون في القرن العشرين أن وسائل الاتصال المختلفة يجب أن تظل حرة، ومع ذلك فهذه الوسائل عليها أن تواجه مسؤوليات مهمة في المجتمع الذي تعمل به. وانتهى الأمر بعقد لجنة حرية الإعلام ١٩٤٧م وقد عبرت عن هذه المخاوف السائدة ودعت إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية. وقد أكدت اللجنة حرية وسائل الإعلام، وعلى أن كل حرية يقابلها مسؤولية.

وطالبت بإنشاء هيئة اختيارية للإشراف على انحراف الصحافة. وظهرت من ثم نظرية المسؤولية الاجتماعية تلبية للاحتياجات المتجددة للمجتمعات المعاصرة. وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة استغلال مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت؛

ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع ، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة .

كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا ، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مرده تحقيق هذه المصلحة العامة ، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع ، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية .

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم بين المجتمع ووسائل الإعلام إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال ، كما تهدف إلى دعم الإعلام والترفيه والحصول على الربح ، إلى جانب دعم الأهداف الاجتماعية الأخرى .

وانطلاقاً من هذه الأسس تلتخص وظائف الخبر في ظل هذه النظرية في وظيفتين هما:

أ- تقديم الحقائق والمعلومات بموضوعية .

ب- تقديم الجديد الذي يهم الناس ويحقق الفائدة لهم .

وفي ظل هذه النظرية تعددت تعريفات الخبر ، ولكنها في مجملها ركزت على عنصر مهم في الخبر وهو أهميته للمتلقي ، أي مدى ما يقدمه له من فائدة ومنفعة ، ومن هذه التعريفات:

- الخبر هو كل ما يتعلق بالصالح العام وكل ما يهم القراء أو يترك أثراً إيجابياً في علاقاتهم ونشاطهم وآرائهم وأخلاقهم وسلوكهم .

ب- الخبر هو كل حقيقة حالية يهتم بها أكبر عدد من الناس .



رابعاً: النظرية السوفيتية الشمولية «الشيوعية»

(Communist or Soviet Theory)

شهد الربع الأول من القرن العشرين ميلاد النظرية الشيوعية. والتي يعد كارل ماركس الأب الروحي لها؛ ولذلك تسمى أحياناً بالنظرية الماركسية. حيث تركز هذه النظرية على أن وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم؛ أي دعم بقاء وتوسع النظام، وأن هذه الوسائل يجب أن توجد لنشر السياسة الاشتراكية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة.

وفي ظل هذه النظرية، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية تعد أدوات للحكومة، وجزء لا يتجزأ من الدولة، والدولة تملك وتقوم بتشغيل هذه الوسائل، والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه، ووسائل الاتصال في النظرية الشيوعية ليست للترفيه ولا يُسمح لها بأن تبعد القراء عن الحوادث ذات الأهمية.

تفترض النظرية الشيوعية أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علماً بكل ما تقوم به الحكومة.

ومن ثم فإن كل ما تفعله وسائل الإعلام في تدعيم والمساهمة في إنجاح الشيوعية يعد أخلاقياً، في حين أن كل ما تفعله لعرقلة الإنجاز الشيوعي يعد غير أخلاقي.

تتفق النظريتان السلطوية والشيوعية في محورية المجتمع - وليس الفرد - كأساس لتبرير السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام. فمصلحة الجماعة وهيمنة الدولة تتجاوز مصلحة الفرد، لكن الاختلاف بينهما يأتي في جانب ملكية وسائل الإعلام؛ فالنظرية السلطوية تتيح الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، بينما ملكية وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي من اختصاص الحزب الشيوعي الحاكم.

ناقش «ولبروشرام» هذه النظرية وقال إنها جزء لا يتجزأ من جهاز الدولة الشيوعية، وأن وسائل الاتصال لا يملكها الأفراد ولكن تملكها الدولة ويديرها الحزب. ووظيفة

وسائل الاتصال ضمن النظرية الشيوعية زيادة وحدة الفكر بين أعضاء المجتمع وتعليم المبادئ الماركسية ، وتفسير الأحداث على ضوء هذه المبادئ.

وتتكون المادة الإعلامية في إطار نظرة الشيوعية إلى الأمور من خلال الجدلية المادية التي تغلف الحياة وإنتاجها الفكري . والفكر عندهم إنما هو صدى للأحداث الاقتصادية ، ومهمة الصحافة الرئيسية هي تشكيل الجماهير بحيث تصبح مجرد قوالب متشابهة من حيث الإيمان بالرأي الواحد .

وانطلاقاً من هذه الأسس تلخص وظائف الخبر في وظيفة واحدة هي:

خدمة أهداف الحزب الحاكم الشيوعي وفكره .

وفي ظل هذه النظرية تعددت تعريفات الخبر ، ولكنها في مجملها ركزت على خاصية الالتزام . ومن هذه التعريفات:

١- الخبر: معلومات معينة يتم اختيارها بشكل ملتزم ويجري تنقيحها ونشرها .

٢- الخبر: هو ذلك الشيء الذي يخدم مصالحنا .



سابعاً: النظرية التنموية (Development Media Theory)

ترتبط هذه النظرية بأوضاع الدولة النامية، وتعكس الدور المتوقع من وسائل الإعلام في المجتمعات النامية. ويرى «مكوي» ١٩٨٣ م، أن هناك تقارباً بين الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام وفق النظرية الشيوعية، والدور الذي يقوم به الإعلام في الدول النامية، في كون النظريتين تسعيان إلى تأكيد قيام الإعلام بواجبات سياسية واجتماعية لخدمة المصلحة العليا في المجتمع.

وبعكس ما تشير إليه النظرية الليبرالية؛ فإن النظرية التنموية تتوخى المعالجة المتأنية للأخبار المثيرة، وترى أن نشرها وبثها ربما يأتي بنتائج سلبية على المجتمع أو على الأوضاع السياسية والاقتصادية بشكل خاص. ولا يؤمن الإعلام التنموي بمقولة إن الأخبار السيئة هي أخبار جيدة من وجهة النظر الإعلامية؛ لأنه يستدعي عناوين كبيرة ومساحات وصفحات كثيرة من التغطية الإعلامية، وفي المقابل تتجه وسائل الإعلام التنموية إلى مفهوم التغطيات الإيجابية أو ما يسمى بالأخبار الجيدة؛ نظراً لكونها تدعم الأوضاع الداخلية في تلك المجتمعات، وتعطي أولوية رئيسية للثقافات المحلية.

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

أ- أن وسائل الإعلام يجب أن تقلل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

ب- أن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

ج- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.

د- أن وسائل الإعلام مطالبة بإعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافياً وسياسياً وثقافياً.

هـ- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار .

و- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية .

وانطلاقاً من هذه الأسس تتلخص أهم وظائف الخبر في وظيفتين هما:

أ- التركيز على إنجازات السلطة والحكومة القائمة ونجاحاتها .

ب- المساهمة في تنمية المجتمع وترقيته في جميع المجالات .

وفي ظل هذه النظرية يصبح تعريف الخبر هو:

الخبر: هو تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء ، وهي تشير اهتماماتهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته .



﴿ الفصل الأول ﴾



**مفهوم الإعلام وتأثيره
في القضايا الدولية**

المبحث الأول مفهوم الإعلام وأدواته الدولية

يعتبر الإعلام أحد أدوات ممارسة السياسة، ذلك أن الدفاع إعلامياً عن قضية أو مبدأ أو رأي يعتبر مسؤولية وطنية وربما قومية في المقام الأول.

لقد أصبحت وسائل الإعلام والاتصال مع تطور حركة العولمة جزءاً من العملية السياسية تؤثر أو تتأثر أو تشارك في بناء وتدمير الصور وفي صنع القرارات.

ومع التطورات التقنية التي اختصرت المسافات والتي جعلت الإعلام اليوم في عصر العولمة السلطة الأولى التي تحرك الرأي العام وتصنع المعلومة وعاملاً هاماً في إدارة العلاقات الدولية، وتراجعت الوسائل الإعلامية الوطنية لصالح العالمية التي تتركز أهدافاً في خدمة المصالح الغربية مستغلة الفراغ الحاصل في الفضاء الإعلامي العربي.

ثم يكن الإعلام يوماً خارج السياسة حتى الإعلام الذي يوصف بالحياد والموضوعية - وهو نادر - فإنه يقوم بمهمة سياسية حتى أن الإعلام أصبح الزاوية الثالثة لثالث الاقتصاد والقوة العسكرية، وهنا يقول الكاتب محمد حسنين هيكل "إن متابعة ومراجعة ما يجري في عالم الصحافة هي متابعة ومراجعة لما جرى ويجري في عوالم السياسة"⁽¹⁾.

وربما يكون الفارق بين الإعلام منذ عقود والإعلام في العصر الحاضر، أن الثورة التكنولوجية منحت دور الإعلام بعداً جديداً هائلاً ومؤثراً بل لعله نجح أحياناً في أن يكون بديلاً للقوة العسكرية في أحداث محددة وتجاوز دوره المؤثر سياسياً واجتماعياً وثقافياً بكل تخيل ممكن. ونجد أمثلة لذلك في حرب الخليج عام 1991، وحرب أفغانستان ووصولاً إلى غزو العراق. حيث كانت كاميرا تسبق

(1) هيكل، محمد حسنين - بين الصحافة والسياسة - دار الفروق - 2003، ص 9.

الحدث تم نقله مباشرة فيما يضح على الإنترنت كهم هائل من المعلومات الصحيحة والتضليلية. وهنا تظهر الإعلام ودوره في نقل الأحداث والوقائع التي تعود لشكل الخلفية للأحداث المقبلة.

مفهوم الإعلام:

الإعلام هو رسالة فكرية ذات مضامين متباينة وأهداف متعددة تبعاً لتلك المتضامين. تتعدد وسائل الإعلام من الصحافة إلى الراديو والسينما والتلفزيون والكتب والإنترنت، وتباين تأثيرات الإعلام تبعاً للوسيلة المستخدمة في نقل الرسالة الإعلامية ووفقاً لمستويات التعليم والوعي واحترام الحريات العامة وحقوق الإنسان وانتشار الديمقراطية، ويعتبر التلفزيون وسيلة التأثير الأقوى على الجماهير وخاصة الفئات ذات المستوى الثقافي المحدد وهذا ما يجعل تأثير هذه الوسيلة في البلدان النامية أو المتخلفة أكثر قوة. بينما تتأثر الفئات المثقفة بصورة أقل بالتلفزيون ويكون للإعلام المقروء (الكتب والصحافة) تأثيراً أقوى على هذه الفئات⁽¹⁾.

لكن إذا تركنا الصحافة والإذاعة والتلفزيون وأجهزة النشر جانباً واقتصرنا على المجال الخارجي فإننا نجد لفظ الإعلام يشمل على ثلاث مدلولات مختلفة:

"الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم".

معنى ذلك القول أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك.

(1) تحسين بشر، النشاط الإعلامي العربي في الولايات المتحدة الأمريكية، منظمة التحرير الفلسطينية، بيروت، 1969، ص

تعريف أتوجروت للإعلام: "الإعلام هي التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وطموحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت".

أي أن الإعلام تعبير موضوعي وليس ذاتياً من جانب الإعلامي سواء كان صحفياً أو مذيعاً أو مشتغلاً بالسينما أو التلفزيون.

ونرى في لفظ "الإعلام" التعبير الصادق أو النطق الحي، بمعنى أن الدولة التي لا تملك الإعلام كالأرجل الأخرس الذي لا يستطيع أن يعبر للغير عن أفكاره واتجاهاته ورغباته بالأسلوب الذي يلائم سامع الآخرين ويصل إلى عقولهم وقلوبهم. أو بطريقة أخرى هي التعبير عن تفكير الدولة وتطلعاتها المستقبلية. وعادة ما يمر هذا التعبير بمراحل عدة تبدأ من تحديد الدولة لأهدافها العليا سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو ثقافية. ثم يلي ذلك مرحلة تصدير هذه الأهداف عن طريق مختلف فنون ووسائل الاتصال بالجماهير سواء داخلياً أو خارجياً.

الإعلام بمعنى الدعوة هو اصطلاح قديم عليه في القرون الوسطى لفظ "البرباغندا" أي النشاط، الهادف إلى الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها والإعلام بهذا المعنى يقتصر على نشر الدعوة بين جمهور معين يمكن له نظرياً الاستجابة للفكرة، فالصهيونية مثلاً تستخدم الإعلام بمعنى الدعوة لصهيينة المجتمعات اليهودية في الخارج لأنهم نظرياً من الممكن تحويلهم إلى صهاينة. وأما نشرها للفكرة بين غير اليهود فالهدف منه ليس الدعوة ولكن كسب التأييد والمساندة.

الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة "Open Diplomacy" أو الدبلوماسية الشعبية والعمل السياسي الخارجي وهو تطور حدث صورة كبيرة في النصف الثاني من القرن العشرين نتيجة لعاملين⁽¹⁾:

(1) هيلم سبور نوب، الإعلام وتأثيره، جامعة تشرين، كلية الاقتصاد بحث في قسم العلاقات الدولية، 2006-2007.

زيادة اشتراك الشعوب في تقرير السياسة الخارجية عن طريق مجالس النواب والشيوخ ومشاركة الرأي العام المطلع بالصحافة والفكر السياسي في هذه العملية، وذلك من طريق الجماعات القيادية "Elites" المهتمة بالسياسة الخارجية والمنظمة في صورة تجعل لها وزناً ضاعفاً "Pressure Groups" وقد أدى هذا التطور إلى ضرورة الاتصال بالرأي العام المطلع الذي يساهم في تقرير السياسة الخارجية والتفاهم معه بالحجة والرأي وخلق مجال من المصالح المشتركة والتعاطف الوجداني والنفسي.

كان للثورة التكنولوجية أثرها في وسائل الاتصال العام وخاصة بعد انتشار المحطات التي تبث عبر الأقمار الصناعية ووصول شبكة الإنترنت إلى كل أرجاء العالم. والتي تنقل أحداث العالم إلى داخل كل منزل في ثوان عبر القارات ويراهنا ويسمعا كل مشاهد.

لذلك يمكن القول أن الطريقة التي تعرض بها الأخبار والتعليقات أصبحت أهم من مضمون هذه الأخبار والتعليقات، ونتيجة لازدياد أهمية اشتراك الشعب في تقرير السياسة الخارجية وخاصة في الأنظمة الديمقراطية أصبح لهذا الدول الجديد للإعلام أهمية كبرى وتفتحت آفاق جديدة للدبلوماسية الشعبية واستلزم هذا التطور الجديد وسائل جديدة وأساليباً للعمل السياسي مفايرة للأساليب التقليدية.

أدوات الإعلام في التأثير في القضايا الدولية:

- الرأي العام.
- البداية.

تحظى ظاهرة الرأي العام باهتمام العديد من المفكرين ولذا تك ظهر العديد من التفسيرات والتعاريف له، حيث يجد البعض بأن الرأي العام ليس رأي الشعب بأكمله بل يمكن اعتباره رأي فئة متفوقة على سائر فئات الشعب، كما يمكن تعريفه بأنه "وجهة نظر الأغلبية تجاه قضية معينة وعامة وفي زمن معين، تهم الجماهير وتكون مطروحة للنقاش والجدل بحثاً عن تحقيق الصالح العام"⁽¹⁾.

فمن من غير الممكن تجاهل الرأي العام لكونه تعبيراً عن موقف غالبية الناس إزاء قضية عامة مثارة وتحظى بالاهتمام، وقد بدأ يتأكد دور الرأي العام وتأثيره كقوة تحسب لها الحكومات حساباً، وإن هذا الاهتمام بالرأي العام بدأ منذ أعقاب الحرب العالمية الأولى فقد اتجهت أغلب الحكومات إلى الاهتمام بالرأي العام الداخلي والخارجي وقد ظهرت أهمية كسبه كأحد العوامل المساعدة في الانتصار على العدو.

في عام 1937 ظهرت أول مجلة فصلية تهتم بقضايا الرأي العام في الولايات المتحدة الأميركية وأنشئت في العام نفسه عدة معاهد لقياس الرأي العام كان أهمها معهد "جاثوب" الأميركي. ولقد تزايدت أهمية الرأي العام ودوره في القضايا السياسية منذ أعقاب الحرب العالمية الثانية ومروراً بالحرب الباردة التي حاولت فيها الدول أن تلعب دوراً مؤثراً على الساحة الدولية.

إن تطور وسائل الإعلام لعبت وتلعب دوراً فاعلاً ومؤثراً وأساسياً في تكوين الرأي العام فقد تميز انتشار هذه الوسائل وتعددتها وتنوعها وشعبيتها بقدرتها على التواجد المباشرة في محيط الأفراد والجماعات وامتلاكها قدرة تأثير متواصلة وفاعلة في شتى المجالات السياسية والثقافية وفي كل ميدان تصل إليه مختلف وسائل الإعلام. وهنا تظهر أهمية الرأي العام الدولي وضرورة الاعتراف بدوره في

(1) د. هاني ترضي، د. راي صابر، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت،

قيادة التوجهات الفكرية العالمية وبالتالي ضرورة تطوير وسائل الإعلام الغربية
وقد رتبها في إشارة هذا الرأي الدولي على الأقل إن لم يكن التأثير فيه.

الرأي العام الدولي (العالمي):

الرأي العام الدولي لا يخضع لأية اتفاقية تحدد شروعه وتنظم أحواله، فلا
عمر له ولا جنس ولا مكان، بل إن تجمع الرأي حول قضية ما، هو الذي يحدد مكان
الرأي العام الدولي، فلا سلطة لحكومة عليه، ووسائل الأعراب عنه متعددة وحررة. إلا
أن هنالك من عارض التعريف السابق بالرأي العام الدولي أو العالمي وقال:

"إن الرأي العام الدولي أو العالمي أنه هو رأي الشعوب وليس رأي الحكومات
وينشأ هذا الرأي نتيجة ظهور قضايا تهتم كافة شعوب العالم كالحروب ومآسيها
وما تسببه من مكوارث وقضايا حقوق الإنسان والانتهاكات التي يتعرض لها وقضايا
البيئة والمخاطر التي تهدد البشرية جمعاء وقضايا التحرر الوطني وقضايا الأسلحة
والتجارب النووية"⁽¹⁾.

وعرفه: "بأنه الرأي والاتجاه أو الفكرة السائدة بين أغلب الشعوب، فترة
معينة نحو قضية معينة أو قضايا تهتم هذه الشعوب كلها أو معظمها، وتشكل
بإبها".

لأنه كثيراً ما يكون هناك خلاف في الرأي بين الشعوب وحكوماتها. وإن
الرأي العام الدولي أو العالمي هو وثيق الصلة بالتطور العالمي وبالحرركات
الاستقلالية والتحررية، فكلما زاد عدد الشعوب المتحررة، زادت قوة الرأي العام العالمي
وتأثيره.

(1) د. علي الرضا - د. ريم صابر، الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت،

ويستند أصحاب هذا الرأي رأيهم بمثلين: الأول، جرى بعد الحرب العالمية الأولى، والثاني جرى بعد الحرب العالمية الثانية. فبعد الحرب العالمية الأولى، قامت عصبة الأمم، بعد أن أعلن الرئيس ولسن مبادئه التي قالت بحق الشعوب في تقرير مصيرها بنفسها، وإن إنشاء عصبة الأمم من شأنه تضادي حرب جديدة وصيانة السلام العالمي مستقبلاً. فقيام عصبة الأمم كان انتصاراً للشعوب وللرأي العام العالمي، استطاع الرأي العام العالمي أن يشغل عصبة الأمم عدة سنوات في بحث الموضوعات وإعداد المواثيق التي تدعو إلى نزع السلاح وأبعاد الحروب.

إنه وإن لم يستطع الرأي العام العالمي منع نشوب الحرب العالمية الثانية بسبب مطامع الدول الاستعمارية فإن الرأي العام العالمي لعب دوراً في إنشاء الأمم المتحدة التي تكونت في معظم الدول في العالم رغم اختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية.

وقد نص ميثاق الأمم المتحدة على احترام حقوق الإنسان الأساسية بلا تمييز بين الجنس أو اللغة أو الدين أو العقيدة، ولا تفرقة بين الرجال والنساء، كما نص على مبدأ المسؤولية الجماعية نحو إنقاذ الأجيال المقبلة من ويلات الحروب، وعلى المسؤولية الجماعية نحو توفير الحياة الكريمة لكل فرد من أفراد الجنس البشري، وعلى مبدأ المساواة في السيادة بين الدول، كبرىها وصغيرها، وحق الشعوب في تقرير مصيرها.

إن الواقع العالمي لعالمنا المعاصر يتجه إلى إلغاء الفروقات واختلاف أي صولة القضايا المطروحة، بحيث تتداخل الاهتمامات وتتعدد وتزداد حركة الرأي العام بتأثير من النمو المتسارع لوسائل الإعلام بحيث أصبح من الصعب عزل قضية وطنية وإقليمية عن دوائر اهتمام الرأي العام العالمي والعكس صحيح.

وهناك أمثلة كثيرة تؤكد على دور الإعلام في تحريك الرأي العام نحو مواقف معينة من القضايا. ومن ذلك خروج الأمريكيين من حرب فيتنام الذي لم يكن فقط بفعل مقاومة الفيتناميين لهم، بل أيضاً بسبب ما قامت به وسائل الإعلام

من فضح لأرقام الجنود الأمريكيين الذين قتلوا في الفيتنام وبسبب الصور المتراكمة التي عرضتها ككل وسائل الإعلام للأطفال الفيتناميين العراة الذين كانوا يسعفون بعد إصابتهم بقذائف الأميركيين ما أدى إلى تحريك الرأي العام الأميركي المناوئ لاشتراك الأميركيين في هذه الحرب.

بالتأكيد يرتبط تأثير الإعلام بالرأي وقدرته على أحداث فرق بمساحة الحرية المتاحة، للرأي العام أو بمعنى آخر الديمقراطية. إن أهمية الرأي العام تزداد في الأنظمة الديمقراطية، ومن هنا تظهر مشكلة الرأي العام العربي وعدم قدرته على التأثير ذلك أنه مجرد من كل وسائله وقنواته الفاعلة من جهة كما أنه محاصر بوسائل الإعلام الرسمي التي تعكس وجهة نظر الحكام والتي تسمى إلى تحريك الرأي العام بما يحقق مصالحها والسيطرة عليه وقمع أي محاولة للاختلاف حفاظاً على مقاليد الحكم والسلطة ولذلك "تجدد" وكالات الأنباء وكذلك الصحف السياسية الحزبية تعتمد إلى تلوين الأخبار لتواكب مبادئها وتوجهاتها السياسية واتجاهاتها الحزبية وإذا كان الإعلام هو امتداد لوظيفة الدولة وأيديولوجيتها السياسية فإن الإعلام الرسمي يظل لسان حال السلطة في كل زمان ومكان⁽¹⁾.

وإن هذا يلفت الانتباه إلى خطورة قمع الرأي العام وإزهاق القوى السياسية المعارضة وتضييق الحريات وإنكار إرادة الرأي العام، وإن هذه الممارسات لا توجد فقط في العالم العربي أو الدول النامية بل أيضاً في الدول الغربية وإن اختلف أسلوب الممارسة غالباً تعمل الدول العربية على إسكات الرأي العام وقمعه بينما تقوم الدول الغربية في استغلال الإعلام لإعادة تشكيل الرأي العام وهذا الفرق ناتج عن تطور نظرة الغرب لحرية الضرد ولأهمية الإعلام على حد سواء فهي في حرب تموز عام 2006 التي شنتها إسرائيل على لبنان مثلاً لم تكن تظهر صور الأطفال مقطعي الأوصال في مجزرة قانا بحجة احترام شعور المشاهدين، لكنها في نفس الوقت كانت

(1) د. خليل نقوت، الصحافة المكتوبة الرسمية، دار النهضة العربية، بيروت، 2003، ص 9.

تصور هلع الإسرائيليين في ملاجئهم عند إعلان الغارات في محاولة لإظهار إسرائيل كطرف مدافع وليس مهاجم.

لقد اثبتت التجربة أن وسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في تشكل القضايا الدولية وخاصة عندما تصل إلى شريحة واسعة، فعندئذ تكون قوة إستراتيجية مهمة وفاعلة في التأثير على سياسات الدول الكبرى، وفي هذا الصدد قالت وزيرة الخارجية الأميركية السابقة مادلين أولبرايت تعقيباً على دور الـ CNN في حرب الخليج "من المؤكد أن المحطة التلفزيونية الأميركية CNN هي الآن العضو السادس الدائم في مجلس الأمن"⁽¹⁾، ولا شك في ذلك فهذه المحطة كانت مصدر المعلومة الوحيد والمهندس الأساسي لها وكانت تتحكم في سبل المعلومات المتدفقة من أرض المعركة ورسمت بريشتها صورة صدام حسين كمجرم وممتلك لأسلحة الدمار الشامل بعد أن صنعتة أميركا بيدها.

إن هذا التضليل والتزييف الإعلامي الذي تعتمده بعض وسائل الإعلام قد تؤدي النتائج وخيمة ومدمرة تؤثر على مسار القضايا الدولية الكبرى، إلا أن هذا النمط من الإعلام سرعان ما تكشفه الوقائع ولو بعد حين وفي هذا يقول الرئيس الأميركي إبراهيم لنكولن "تستطيع أن تخدع بعض الناس كل الوقت، وأن تخدع كل الناس بعض الوقت، ولكنك لا تستطيع أن تخدع كل الناس كل الوقت.

ثانياً - الدعاية:

يشكل عام نستطيع القول بأن الدعاية أخذت أهميتها منذ الحرب العالمية الأولى متضحاً ذلك من قول أحد القادة الألمان: "أليس من الأفضل أن توجد وسيلة

(1) د. م. عبد الله، د. محمد فخوري، الإعلام والقضايا العربية، بعد 11 أيلول 2001، دار النهضة العربية، بيروت، 2002، ص 120.

تسبب الاضطرابات للأصابع التي تحمل المدفع وتضغط على الزناد، من أن نستهلك الكثير من القنابل لندمر بها مدفعاً واحداً في يدي جندي معاً" (1).

تعتبر الدعاية بكافة أشكالها ومضامينها وخاصة الدعاية السياسية من أهم النشاطات الإعلامية التي ميزت الدولة الحديثة، وخاصة مع انتشار وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، فضلاً عن التقدم ميايين العلوم الإنسانية والاجتماعية.

يمكن تعريف الدعاية بأنها فن إقناع الآخرين بأن يسلكوا في حياتهم سلوكاً معيناً ما كانوا ليسلكوه بدون تلك الدعاية.

يرى العالم الفرنسي الكبير "جاك أيلول": أن الدعاية هي "مجموعة الطرق يتم استخدامها بواسطة مجموعة تبغي أن تحقق مشاركة إيجابية نشطة أو سلبية في أعمالها، على مجموعة كبيرة من الأفراد المتشابهين من الناحية النفسية وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيمي".

يعرف العالم الأمريكي السياسي "هارولد لاسيول" الدعاية بأنها: "التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد، أو الجماعات، عمداً على أساس أنها ستؤثر في آراء أو في أفعال أفراد آخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهدافاً محددة مسبقاً وذلك من خلال مراوغات نفسية".

يعرف العالم الأمريكي الشهير "نيونادر هوب" أن الدعاية هي "محاولة للتأثير على شخصية والتحكم في سلوك الأفراد، بالإشارة إلى الأهداف التي تعتبر غير علمية أو أن قيمتها في المجتمع العلمي مشكوك فيها، في فترة محددة".

(1) د. محمد جويث نصر، دعاية والإعلان وبعثات عملة، دار مجدلاوي، الطبعة 1، ص 17، 1997-1998، 45.

بينما يعرف الكاتب الإيطالي "أنطونيو ميوتسو" أن الدعاية هي: "وسيلة فنية للضغط الاجتماعي، تميل إلى تكوين مجموعات نفسية أو اجتماعية، لها بناء موحد أو متشابه، قائم في الحالات المؤثرة والذهنية للأفراد محل الاعتبار".

وأيضاً يعرف الكاتب الإيطالي "ج. س. سراون" بأن جوهر الدعاية هو: "محاولة، التحكم في اتجاهات الناس، وغالباً في اتجاهات غير منطقية ودائماً بوسائل غير منطقية".

بينما يعرف وزير الدعاية الألماني "جوزيف جوبلز" في عهد القائد الألماني هتلر، فيقول: "أنه ليس للدعاية في حد ذاتها طريقة أساسية، بل أن لها فقط هدف وهو إخضاع الجمهور، وتعتبر كل الوسائل التي تخدم هذا الهدف وسائل جيدة واعتماداً على ذلك أنه يرى أن الغاية تبرر الوسيلة".

يعرف القاموس السياسي السوفيتي: أن الدعاية بأنها: "شرح مركز لكتابات ماركس وإنجليز ولينين وستالين وهي شرح أيضاً لتاريخ الحزب البلشفي ولأعماله".

ويعرف "سورمان جون باول": "إن الدعاية هي نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار والسلوك أو كلاهما معاً".

تعريف لاسويل: "إن الدعاية تتخذ شكل وسائل معينة قد تكون صوراً كلامية أو خفية أو تصويرية أو موسيقية" أي أنه رأى أن الدعاية يجب أن تكون منسقة ومنظمة وتمعنة أو مقصودة، ويُفسر ذلك في كتابه الدعاية والنشاط الدعائي قائلاً: "نيسست القنابل ولا الخبر بل الكلمات والصور والأغاني والاستعراضات والحيل الأخرى المتعددة هي الوسائل النموذجية للدعاية. وبذلك أعطى تعريفاً موجزاً للدعاية قال فيه: "إن الدعاية هي الاحتيال عن طريق الرموز".

تعريف "بول كالتان" يقول في كتابه الدعاية السياسية " أن الدعاية هي الجهد المبذول لنشر فكرة ما، وبصورة أعم هي الجهود المصروفة لتركيز عدد من الجهود المتوفرة لكسب الرأي العام للفكرة".

تعريف أولترثيمان: "إن الدعاية هي محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين".

تعريف قاموس أكسفورد: "هي جماعة منظمة أو خطة منظمة لنشر معتقد ما أو ممارسة معينة، أو أنها جهود وخطط ومبادئ هذا النشر".

تعريف في الموسوعة السياسية أن الدعاية: "هي نشر الأفكار ووجهات النظر والمواقف المرغوب في تبنيها من قبل الآخرين، والدعاية كالإعلان تستخدم أحدث وسائل الإعلام والاتصال بالناس من صحافة وإذاعة وتلفزيون وسينما ومنشورات، كما تعتمد أحدث فنون الإيحاء الذاتي المبنية على اكتشاف علم النفس".

ويظهر التأثير العميق للدعاية في العلاقات الدولية وخاصة إبان الأزمات والحروب وقد كان وينستون تشرشل يقول " إن الحقيقة ثمينة للغاية إلى حد أنه يجب حمايتها بموكب من الأكاذيب".

يعزى الفضل في نمو الدعاية الدولية كأداة من أدوات السياسة الخارجية في زمن السلم إلى قيام الاتحاد السوفيتي فقد كان لينين يوجه خطباته إلى مستمعين بلغات مختلفة، وعند نشوب الحرب العالمية الثانية عام 1939م كان للإذاعة البريطانية برامج ب 16 لغة موجهة إلى إمبراطورياتها وإلى العرب وإلى أميركا.

يوجد العديد من الأمثلة في تاريخ السياسة عن ما يمكن للإعلام أن يقدمه عبر الدعاية لخدمة أي فكرة سياسية مثل الدعاية النازية التي مارسها هتلر من خلال تأسيس "مكتب التأثير الشعبي" الذي كان يديره جوبلز وزير الإعلام هتلر والذي كان شعاره اكنبوا ثم اكنبوا ثم اكنبوا فلا بد أن يصدق الناس ككذبة

واحدة فكانت هذه الدعاية معتمدة على إثارة عواطف الجماهير على عكس الدعاية الشيوعية التي كانت عقلانية وتوجهت إلى عقول ووعي الجماهير، إلا أنه لا تزال الدعاية الصهيونية هي المثال الأول لما يمكن أن يقدمه التخطيط الدعائي المنظم خاصة إذا تمت مارسته في بيئة ملائمة وبأدوات ميسرة ومدعومة مادياً وتقنياً.

الدعاية الصهيونية وتأثيرها على الرأي العام:

تعالج هذه الفقرة أخطار الإعلام الصهيوني والدعاية باعتباره التحدي الذي يواجه الدول العربية، كما تتناول أسباب غياب الإعلام العربي في مواجهة هذه الظاهرة، وكيف يمكن أن تتم عملية المواجهة النشطة في هذا التحدي.

التعريف الصهيونية:

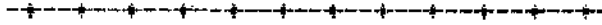
إذا كان الإعلام الصهيوني أهم التحديات العصرية، فإننا لا نتردد في أن نطلق على هذا التحدي " السرطان الإعلامي، أو المارد الإعلامي".

"السرطان الإعلامي أو المارد الإعلامي" هذا السرطان أو المارد لم يأت من فراغ. ولم يحقق أهدافه إلا بوجود أرض واقعية صلبة وأعمدة أصلب وتمثلت في: وضوح الأهداف وعمق المبادئ، وقوة الجوانب الإدارية من حيث: التنظيم والعاملين والميزانية، وفي ظل تخطيط علمي وتعدد وتنوع في الرسائل والوسائل والأدوات الاتصالية، هذا بالإضافة إلى " إيمان لا محدود" بالوظيفة الاتصالية⁽¹⁾.

إن الإعلام الصهيوني هو في حقيقته دعاية، والدعاية الصهيونية هي جزء لا يتجزأ من السياسة المؤسسة للكيان الصهيوني وهي تتكامل بذاتك مع المشروع الصهيوني سواء إزاء العالم العربي أو إزاء العالم كله.

(1) د. صلاح الله الرحمن، ثنية الإعلام والدعاية، كلية الإعلام، جامعة دمشق، الجزء الثاني، 2013، ص 6.

« الفصل الثاني »



الأتصال الدولی
(مفهومه - وسائله - ووظائفه)

الفصل الثاني

الاتصال الدولي (مفهومه - وسائله - وظائفه)

مفهوم الاتصال الدولي والإعلام الدولي:

يعرفه الدكتور محمد علي العويني بقوله: "إنه وسيلة من وسائل السياسة الخارجية فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي".

يعرفه الدكتور أحمد بدر فيرى أن الإعلام الدولي "تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة، وبالتالي تتبنى جماهير تلك الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة".

يقصد بالإعلام الدولي نقل المعلومات الصحيحة غير الملونة أكثر مما يقصد به أي شكل آخر من أشكال الاتصال

يعرفه الدكتور محمد سيد محمد بأنه: "الإعلام الذي يسهم به مجتمع أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية بحيث يستجيب لتلقيه رجل الشارع العالمي أي المستمع أو المشاهد أو القارئ بصفة عامة في العالم".

هذا التعدد في تحديد مفهوم الإعلام الدولي يعكس حيرة واضطراب بعض الباحثين ويرجع ذلك إلى عدة صعوبات أهمها⁽¹⁾:

(1) أمين الوائلي، الإعلام الدولي،

- ارتباط وتداخل الإعلام بالدعاية الدولية.
- الاندماج والترابط الشديدين بين وسائل الإعلام الجماهيرية، صحف، إذاعة وتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة.. وغيرها، وهذا الترابط الشديد جعل من الصعوبة الفصل بين الإعلام والاتصال أو حتى التمييز بينهما، فالقائم بالاتصال في الإعلام والاتصال الدولي يمكنه استخدام كل وسائل الإعلام.

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة والترابط بين الإعلام ووسائل الاتصال والمعلوماتية قلصت الفروق بين الإعلام القومي والوطني والمحلي والدولي، حيث يمكن لأي نوع من هذا الإعلام أن يتجاوز الحدود السياسية لهذه الدولة.

الإعلام الدولي هو مجال اهتمام باحثين في تخصصات مختلفة الأمر الذي يؤدي إلى تقديم كل منهم مفاهيم مختلفة حول الإعلام الدولي.

الفرق بين الإعلام الدولي والاتصال الدولي:

لا بد من ملاحظة أن هناك فرقا بين الإعلام الذي يعني: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، وبين الدعاية التي تعني: فن إقناع السواد الأعظم من الشعب والتأثير فيهم عن طريق الإيحاء.

يعرف الاتصال الدولي بأنه "مجموعة لأنشطة والجهود التي تقوم بها دولة أو جماعة أو هيئة للإقناع بأهدافها خارج الدولة التي تنطلق منها هذه الأنشطة وذلك لتحقيق أغراض سياسية أو اقتصادية أو فكرية أو دينية من خلال نشر الأفكار والمعلومات والآراء وبواسطة وسائل الاتصال بالجماهير وأدواته المختلفة.

يعتبر اصطلاح الاتصال الدولي أكثر شمولاً واتساعاً ودقة من مصطلح الإعلام الدولي حتى وإن ارتبط بأهداف سياسية لتحقيقها وذلك لأن تحقيق

← الاتصال الدولي (مفهومه - وسائله - ووظائفه)

الأهداف السياسية لا يقتصر على استخدام الإعلام فقط بل يعتمد على كافة وسائل وأساليب وفتون الاتصال من إعلام ودعاية بل حتى المسلسلات والأفلام.

معظم الأبحاث والكتابات غير العربية تستخدم مفهوم الاتصال الدولي لا الإعلام الدولي

يعرف فورتنز الاتصال الدولي على: "أنه العملية الاتصالية التي تحدث عبر الحدود الدولية، أو الاتصال العابر عبر الحدود.

يرى آين أن الإعلام الدولي يختلف عن الاتصال الدولي حيث أن الاتصال أكثر اتساعاً وشمولاً من الإعلام الدولي ومع ذلك فإن التداخل والترابط بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال المعلوماتية جعل من الصعب التمييز بين الإعلام الدولي والاتصال الدولي.

نستخدم مصطلح الإعلام الدولي لأن الإعلام يعني الدقة والموضوعية والصدق ي نقل الحقائق عن الدولة وعلى اعتبار أن الإعلام يخاطب العقول لا الفرائز

من المهم التأكيد على أن الإعلام الدولي والدعاية الدولية هما جزءان من ظاهرة واحدة هي ظاهرة الاتصال الدولي.

استخدام الإعلام الدولي وذلك لأنه الأكثر شيوعاً في لغتنا الإعلامية المعاصرة.

مهام الإعلام الدولي وسماته:

الاتصال الدولي يؤدي عدداً من المهام والوظائف التي تخدم مصالح الدولة على النحو الآتي:

نشر المعلومات والأفكار التي تحقق للدولة صورة إيجابية خارج أراضيها.

التعبير عن سياسة الدولة وتفسير مواقفها إزاء القضايا والمشكلات الدولية والعمل على الإقناع بسلامة هذه المواقف وأهميتها.

التصدي للدعاية المضادة للدولة خارج أراضيها.

بالنسبة للمنظمات والجماعات والمؤسسات فإن عملية الاتصال على المستوى الدولي تختلف باختلاف طبيعة الأنشطة التي تؤديها والأغراض التي تسعى إلى تحقيقها وتنصب الجهود الاتصالية على نشر كل ما يخدم هذه الأغراض ويحققها.

النتائج أو العوامل التي تتحكم في عملية نجاح الإعلام الدولي أو إخفاقه:

- ضرورة التخطيط العلمي والمنظم للإعلام الدولي.
- ضرورة الربط المحكم بين الإعلام الدولي والعمل الدبلوماسي.
- ضرورة أن ينبع الإعلام الدولي من لغة المصالح وأن يتحرر أو يبتعد عن لغة العواطف والانفعالات باعتبار أن الإعلام الدولي يسعى إلى خلق علاقة المنفعة واصطناع أدوات الارتباط بالمصالح.
- ضرورة الاندماج والارتباط والتنسيق المتكامل بين الإعلام الدولي ومجموعة أدوات أخرى خلفية ومساندة له ومن أهمها:

(أ) السياسة الثقافية وعملية التبادل الثقافي.

(ب) السياسة السياحية وعملية الانفتاح الحضاري.

(ج) سياسة المعونات الاقتصادية وتقديم المعونات الفنية.

أساليب الاتصال الدولي ووسائله:

هناك شكلان للاتصال الدولي:

الشكل الأول وهو الذي يأخذ شكلا رسميا أو بروتوكوليا حيث يمضي عبر القنوات الرسمية للدول ويخضع لها.

الشكل الثاني وهو عبارة عن الأنشطة التي تستخدم الاتصال بالجمهير بعيدا عن الاتفاقيات الدبلوماسية والبروتوكولية ولا تخضع لموافقة الدولة المستهدفة.

أساليب الشكل الأول (القنوات الدبلوماسية أو الرسمية):

إصدار النشرات والطبوعات المختلفة التي تقدم صورة إيجابية للدولة تاريخيا وحضاريا وسياحيا وصناعيا وبشريا.

إقامة الندوات والمؤتمرات والمحاضرات حول مختلف الموضوعات السياسية والفكرية والفنية والثقافية والتاريخية والأدبية والتي تخدم أهداف الدولة إعلاميا ودعائيا.

عرض الأفلام التسجيلية والروائية التي تعكس الصورة الإيجابية للدولة من خلال إنجازاتها وتقدمها وحضارتها وكل ما تنفرد به أو تتميز به على الساحة العالمية.

تزويد وسائل الإعلام والدعاية في الدول المستهدفة بالمواد الإعلامية والدعاية المختلفة من معلومات ومطبوعات وصور وبرامج إذاعية وتلفزيونية وأفلام سينمائية سواء عن طريق التبادل أو الإهداء أو البيع.

تنظيم برامج لتبادل الزيارات بين الوفود الممثلة للمنظمات السياسية والفنية والثقافية والفكرية والإعلامية والشخصيات الشهيرة في هذه المجالات.

تزويد رعايا الدولة من المواطنين المقيمين خارج الدولة بالمعلومات حول ما يجري في الوطن من قضايا وأحداث وتفسير سياسة الدولة إزاء الأحداث الجارية محليا وعالميا.

استخدام الإعلانات التجارية في الصحف والمجلات ووسائل الإعلام المختلفة - حسب مقتضيات الحال - للدعاية للمنتج الوطني وترويجه في الخارج.

أساليب الشكل الثاني (بعيدا عن الطرق الدبلوماسية):

الإذاعة لا زالت أهم الوسائل المستخدمة في هذا المجال نظرا لخواصها الفريدة في نقل الأحداث بطريقة فورية خارج الحدود وعبر مسافات شاسعة وجمهور المتعلمين والأمين على السواء

التلفزيون بدأ يخطو خطوات واضحة من خلال قدرته على اجتياز حاجز المسافات بواسطة الأقمار الصناعية.

الصحف لكن ذلك مرتبط بموافقة الدول على اختراق حدودها.

وكالات الأنباء والتي هي أدوات ووسائل لجمع الأخبار ونقلها وتوزيعها على مستوى العالم.

سمات الاتصال الدولي:

توجد مجموعة من السمات أو الخصائص التي تميز الاتصال الدولي عن غيره من عمليات الاتصال الأخرى وأهم هذه السمات:

العمدية أو القصدية، أي تعتمد المؤسسات التي تعمل بالاتصال في المجال الدولي الوصول إلى جمهور محدد في دولة معينة.

توافر أدوات اتصال جماهيري، تتسم باستخدام التكنولوجيا المتطورة حتى يمكن نقل الرسائل بوضوح ونقاوة إلى الجمهور في دولة أو دول أخرى.

تنوع المضامين، بحيث تلبي احتياجات ورغبات قطاعات واسعة من الجمهور في دولة أو أخرى وفي هذا الإطار يمكن أن تشمل هذه المضامين على تسليية أو برامج أو أخبار.. وغير ذلك.

السمات الثقافية، أي عدم إغفال الأبعاد الثقافية في عملية الاتصال الدولي فوسائل الاتصال الجماهيري تحمل رموزا لها معاني ثقافية وفي هذه السمة هنالك رأيان:

فريق يرى أن الاتصال الدولي يعني نقل القيم الثقافية والأخلاق الاجتماعية للدول المهيمنة على نظم المعلومات الدولية، فيحدث غزو ثقافي.

فريق يرى أن الشعوب والدول لا يمكن أن ترفض الغزو الثقافي، وأنه لا خوف من الغزو الثقافي لأن لكل شعب ثقافته العميقة المستندة إلى تراث عميق الأمر الذي سيمنع بلا شك الاختراق الثقافي.

السمات السياسية، ويقصد بها الجوانب السياسية للاتصال الدولي وتشمل الأهداف السياسية المباشرة للاتصال الدولي وآثاره ونتائجه على العلاقات بين الدول.

السمات الاقتصادية ويقصد بها اقتصاديات الاتصال بمعنى تكلفة امتلاك استخدام وسائل اتصال قادرة على النفاذ عبر الحدود للدول الأخرى

ازداد الاهتمام بالجوانب الاقتصادية للإعلام الدولي بعد التطور التكنولوجي الهائل واستخدام البث التلفزيوني الرقمي والبث عبر الأقمار الصناعية أو ما يعرف بطريق المعلومات السريع Information Super High Way

طريق المعلومات السريع؛ هو عملية تكنولوجية تستهدف زيادة القدرات الحالية على نقل المعلومات والصور والصوت بسرعة فائقة معتمدة في ذلك على منظومة متكاملة من الأقمار الصناعية والشبكات الأرضية التي تضم محطات الإرسال.

ارتفعت مكانة التكنولوجيا المعاصرة بعد أن أصبح الإعلام صناعة ضخمة تحتاج لإمكانات كبيرة وللايين الدولارات، مما جعل الدول المتقدمة والغنية تتبوأ مواقع قيادية وريادية في هذا المجال وأصبح عدد قليل من التجمعات الرأسمالية والاقتصادية الغربية تسيطر على السوق العالمي لإنتاج وتوزيع السلع والخدمات الإعلامية.

أبرز السمات التي تتصف بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال الراهنة:

1. التفاعلية:

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في العملية الاتصالية تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها، وخاصة التفاعلية مطلوبة في أنظمة الاتصال حيث يمكن للسلوك الاتصالي أن يكون أكثر دقة وفاعلية وإثباتاً للمشاركين في عملية الاتصال.

2. الجماهيرية:

وتعني أن الرسالة من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد، أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال حيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

3. التزامية:

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت كان دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

4. قابلية التحرك أو الحركية:

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن استخدامها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التلفزيون النقال أو تلفون السيارة.

5. قابلية التحويل:

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

6. قابلية التوصيل:

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويعه كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

7. الشبوع أو الانتشار:

ويعنى به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع.

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة التي يتدفق إليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

أهداف الإعلام الدولي ووظائفه:

إذا كان الإعلام وسيلة من وسائل السياسة الخارجية، فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف قوة هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي.

يستطيع الإعلام الدولي الفعال بفضل العوامل العسكرية والسياسية والاقتصادية والدولية بالإضافة إلى الظروف المحلية أن يدعي أفكارا ومعتقدات غير حقيقية، ومع تكرار مرتكزات المنطق الدعائي الأمر الذي يؤدي إلى رسوخه في نفس المتلقي.

عندما تنشأ الأزمات تصل أهمية السياسة الخارجية إلى النقطة القصوى، ويزداد الإقبال على تعرف الأشياء والمواقف وأهمية إعطاء الرموز والمعاني للأوضاع القائمة، وهنا يبرز دور البناء النفسي للأفراد والتأثير عليه.

الدعاية في حد ذاتها بحاجة إلى الارتباط بوضع عسكري أفضل وإمكانية اقتصادية معقولة ومحل دبلوماسي فعال، فلا بد من مراعاة الارتباط الوثيق بين فعالية الدعاية وغيرها من الأوضاع العسكرية والاقتصادية والسياسية.

اعتمد التضاهم الدولي على تصور كل دولة للأخرى، ومن ثم جاء التحول الثقافي من النظام التقليدي المغلق إلى النظام الجماعي المفتوح، ويرجع ذلك بصفة أساسية إلى الكفاءة المتزايدة لأجهزة الإعلام ومساهمتها في التغير الثقافي.

كثيرا ما يعمل الإعلام الدولي في حد ذاته على تعبئة الكراهية ضد العدو والحفاظ على صداقة الصديق والحصول على تعاون المحايدين وتحطيم الروح المعنوية للعدو وهذا يتوقف على أبعاد التخطيط الدعائي.

من اللازم أن تتكيف الدعاية مع مستقبل الرسالة الدعائية وهذا يوضح تعدد وسائل الإعلام ومؤسساته، فالدعاية تتحرك وفقا لخصائص مستقبل الرسالة الدعائية مما يساهم في تحديد الفعالية الدعائية.

يهدف الإعلام الدولي للمنظمات الدولية إلى المساهمة في تحقيق أهدافها، وغالبا ما ترتبط هذه الأهداف بتحقيق السلام العالمي والتعاون الدولي من خلال نشر رسالتها الإعلامية على نطاق عالمي.

يختلف الإعلام الدولي من منظمة دولية إلى أخرى تبعا لأهداف هذه المنظمة وإمكانياتها وطبيعة وسائلها.

وظائف الإعلام الدولي:

الاتصال بالجماعات المؤثرة

يتولى الإعلام الدولي الاتصال بالجماعات المؤثرة في النظم السياسية المختلفة، كالأحزاب وجماعات الضغط والجماعات المصلحية وأعضاء البرلمان ومختلف المؤسسات المؤثرة في صناعة القرار السياسي.

من الأمور التي ينبغي أن تؤخذ في عين الاعتبار درجة الموقف السياسي للدولة من تأييد تام والحياد وغيرها وتحديد الموقف السياسي يمكن العمل على

زحزحته نحو درجة التأييد الممكنة لصالح القضايا المعروضة، ويكون موقف الدولة معيارا للطريقة التي يمكن أن يتدخل فيها الإعلام السولي.

ويفيد الاتصال بالجماعات المؤثرة بالإضافة إلى سيطرتها على عمليات صناعة القرارات في أن أعضاء هذه الجماعات يعدون النخبة التي تؤثر على الجماهير وبالتالي يتحقق الاتصال بالجماهير من خلال النخبة.

الاتصال بالجماهير:

يتم إعلام الجماهير بالاتصال المباشر أو غير المباشر من خلال المحاضرات والمؤتمرات الصحفية والمنشورات والراديو والتلفزيون والمسرح والمعارض والسياحة.

وهذه الوظيفة تؤثر في الرأي العام بشكل عام الأمر الذي يؤثر على المستقبلين بغض النظر عن تأثرهم في اتخاذ القرار.

يتحدد تأثير الاتصال بالجماهير على مدى أطول نظرا لـ:

لأنه يخاطب قطاعا عريضا وفئات مختلفة في درجات التعليم والمصالح والاتجاهات.

ويزداد اهتمام الجماهير بالقضايا التي تهمهم بشكل أو بآخر وكلما استحوذت قضايا معينة على اهتماماتهم كلما تابعوها بشكل أكثر من غيرها.

الاتصال بالجماهير يتطلب إمكانيات كبيرة ووسائل متعددة ونفقات عالية.

ملاحظة: هناك من علماء السياسة من يركز على الاتصال بالجماعات المؤثرة وهناك من يركز على الوسيلتين معا وهذا هو الأفضل.

وظائف تمثيلية

يقوم الإعلام الدولي بوظائف تمثيلية وذلك بتمثيل الدولة التي ينتمي إليها أو المنظمة التي ينوب عنها مثل مكتب جامعة الدول العربية في الولايات المتحدة يقوم بوظيفة تمثيلية.

﴿ الفصل الثالث ﴾



الإعلام الدولي

المبحث الأول الأعلام الدولي والدول النامية

يعاني الإعلام الدولي للدول النامية من انخفاض فعاليته وذلك لـ:

- انخفاض درجة كفاءة المؤسسات الإعلامية.
- عدم تزويدها بالأشخاص الأكفاء.
- انتشار المعوقات الإدارية.
- انخفاض الإمكانيات المادية.
- عدم توفر الأجهزة المعاصرة الكفيلة بزيادة فعالية العمل الإعلامي لهذه الدول.

ملاحظات خاصة بالإعلام الدولي في الدول النامية:

- عدم الإلمام بالترقية بين الوظيفة الإعلامية الدولية ومتطلباتها والوظيفة الإعلامية الداخلية ومتطلباتها.
- عدم الإلمام بين التخطيط السياسي والتخطيط الدعائي على المستوى الدولي.
- ندرة توفر الكوادر الإعلامية الصالحة لممارسة الإعلام الدولي.
- اختيار الكوادر الإعلامية الدولية وفقا لشروط لا تتصل بالكفاءة في كثير من الأحيان.
- ندرة الخلفية الأكاديمية للعاملين في الإعلام الدولي.
- ضعف المؤسسات الإعلامية.
- عدم الربط في معظم الأحيان بين التخطيط والتنفيذ والمتابعة.
- عدم توفر الإمكانيات المادية وإذا توفرت فإنه يساء استخدامها.
- ضعف الإلمام بخصائص المستقبل الأجنبي للرسالة الإعلامية.
- عدم الاهتمام بدراسة المردود الإعلامي.
- عدم صياغة منطلق إعلامي مطور.

- تركيز الدراسات الأكاديمية إن وجدت على الجوانب التاريخية والوصفية، وعدم الاهتمام بدراسة الدعاية الدولية والدعاية المضادة والتخطيط الدعائي والتحليل الدعائي.
- عدم وجود تعاون كاف بين المؤسسات العلمية الإعلامية إن وجدت والأجهزة الإعلامية

المبحث الثاني الإعلام الدولي وإدارة الصراع

تكل صراع أبعاده الداخلية والإقليمية والدولية مع مراعاة التفاضل بين عناصر القوى وما يؤدي إليه ذلك من تطور الصراع ومعالجته.

عناصر القوى لطرف الصراع تحتوي على القوى العسكرية والاقتصادية والسياسية والمعنوية والبشرية.

صانع القرار يبتى قراره على عملية ملموسة وعناصر غير ملموسة ومن العناصر غير الملموسة الخصائص النفسية لصانع القرار من جانب العدو والحالة المعنوية لقوات الصراع وهذه هي المعضلة التي تواجه صانع القرار، ولا شك أن قرارات إدارة الصراع هي قرارات مصيرية.

من المشاكل التي تواجه إدارة الصراع وجود أكثر من طرف يكونون أحد طرفي الصراع، وعلى سبيل المثال الصراع العربي الإسرائيلي يحتوي أساساً على طرفين للصراع وهما العرب وإسرائيل... ولكن العرب يكونون أكثر من طرف وهنا فإن الطرف الإسرائيلي يتخذ قراراته من قبل أجهزة كل دولة عربية الأمر الذي يبين أهمية التنسيق للجانب العربي.

معالجة الصراع، تعتبر عملية معقدة وشاقة ونابعة أساساً من عناصر القوى التي يتسم بها طرف الصراع فالقضية ليست أخذ كل شيء أو خسارة كل شيء ولكنها أساساً مبنية على الحسابات لعناصر القوى بوجه عام.

قد تقتضي عناصر القوى إلى اللجوء على القوة العسكرية بقدر ثم استخدام القوة الاقتصادية واللجوء إلى الدبلوماسية أو استخدام الثلاثة معاً في وقت واحد أو تقديم قوة على الأخرى وربما يحتاج الأمر إلى التنسيق بينهما.

من مهام الإعلام الدولي أنه ينقل إلى المستوى العالي عناصر القوى التي يتمتع بها طرف الصراع ويصيغها في منطلق إعلامي ملائم، وينقل الإعلام الدولي طريقة إدارة الصراع من جانب الطرف المعني في مواجهة الطرف الآخر.

هناك قوتان وهذه أحوالها:

قوة إدارة الصراع + قوة الإعلام الدولي.

ضعف إدارة الصراع + قوة الإعلام الدولي.

قوة إدارة الصراع + ضعف الإعلام الدولي.

ضعف إدارة الصراع + ضعف الإعلام الدولي.

من الملاحظ أن السياسة الخارجية الحديثة بدأت تعتمد على فريق من الخبراء والمستشارين ويتم تنفيذ السياسة الخارجية بإتباع وسائل مختلفة ومتعددة:

- (أ) الوسائل السياسية والمتمثلة في التمثيل الدبلوماسي، والزيارات السياسية ومعاهدات الصداقة وممارسة دبلوماسية القمة.
- (ب) الوسائل الاقتصادية، تنمية التجارة العالمية، تقديم المساعدات والهبات والقروض وإقامة المشروعات المشتركة وإرسال الخبراء.
- (ج) الوسائل العسكرية، استخدام القوة العسكرية أو التهديد والتلويح بها وتقديم المساعدات العسكرية وإمدادات السلاح بأنواعه.
- (د) الوسائل الاجتماعية والثقافية تقديم المنح الدراسية وتدعيم العلاقات بين المؤسسات الثقافية والاجتماعية بين الدول المعنية وتبادل الكتب والنشرات وتشجيع السياحة.

المبحث الثالث الإعلام الدولي في إطار السياسة الخارجية

يتحدد هذا الموضوع في نقطتين أساسيتين:

- الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية.
- حدود الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية

السياسة الخارجية لأي دولة هي إنتاج لعدة عوامل:

داخلية وتتناول الميراث التاريخي والأيدلوجية والوضع الديمغرافية والإمكانية الاقتصادية والقدرة العسكرية والهيكل السياسي.

قارية، وتحتوي العوامل القارية على تفاعل عناصر القوى على المستوى القاري وإمكانية تأثيرها على السياسة الخارجية.

دولية وتتناول النظام الدولي وخصائصه وتطوره وأبعاده والعلاقة بين الدول الكبرى والدول الصغرى وعناصر القوة للأطراف المختلفة ومدى تأثيرها على السياسة الخارجية للدول. وبناء على ذلك يتم تشكيل السياسة الخارجية من قبل مؤسسات صناعة السياسة الخارجية، وكثيراً ما تكون هناك مؤسسات رسمية وأخرى غير رسمية، وكثيراً ما يقوى دور المؤسسات غير الرسمية على دور المؤسسات الرسمية، وإن كان ذلك يختلف باختلاف النظم السياسية ودرجة التطور في مختلف أنحاء العالم⁽¹⁾.

ويلاحظ أن السياسة الخارجية الحديثة لم تعد تعتمد على فرد بل تعتمد على فريق وهكذا أصبح صانع القرار في مجال السياسة الخارجية يعتمد على فريق من المستشارين في تخصصات مختلفة ويعرض عليهم الموضوعات التي تدخل في إطار

(1) A guide of satellite communication, Reports and papers on Mass communications, Paris Unesco, p66>

تخصصاتهم، وكثيراً ما يستلزم الأمر عرض الموضوع الواحد على تخصصات مختلفة، وبناءً على ذلك يتم التوصل إلى مجموعة من البدائل التي تعالج قضية معينة ويوضح لكل بديل مزاياه ومساوئه، كما يرجح على آخر، وبهذا يترك لصانع القرار في مجال السياسة الخارجية أن يختار البديل الملائم بين البدائل المعروفة، وهكذا لم تعد السياسة الخارجية مبنية على أساس التسرع والانفعال وعدم الدراسة، بل أصبحت مبنية على دراسة وتعمق وتطبيق مناهج علمية متطورة مع الاستعانة بالفريق، على أن هذا لا ينفي دور المؤسسات البرلمانية والحزبية وغيرها التي قد تتولى وضع الصفة الديمقراطية أو الشرعية على قرار معين في السياسة ويلاحظ أن هناك دولاً لا تتبع هذه الطرق في صناعة سياستها الخارجية ولاسيما الدول النامية، وهذا يساعد في كثير من الأحيان على فهم الإخفاقات التي تعاني منها هذه الدول في المجالات الخارجية والداخلية⁽¹⁾.

وكثيراً ما تكون هناك سياسة معلنة وسياسة فعلية ولدواع معينة قد تختلف السياسة المعلنة عن السياسة الفعلية، وكثيراً ما تستدعي عدم إعلام السياسة الفعلية، وقد يعلن عنها فيما بعد زوال الظروف المؤدية إلى ذلك.

ويتم تنفيذ السياسة الخارجية في أعقاب تشكيلها وذلك بإتباع وسائل مختلفة ومتعددة كالوسائل السياسية والوسائل الاقتصادية، والوسائل العسكرية والوسائل الإعلامية، والوسائل الاجتماعية والثقافية، ويدخل في عداد الوسائل السياسية التمثيل الدبلوماسي، والمقابلات والزيارات السياسية، ومعاهدات الصداقة، وممارسة دبلوماسية القمة أي لقاء رؤساء الدول وملوكها بعضهم ببعض وقيامهم بتقرير الأمور في المسائل الهامة، وقد نما هذا التطور مع بروز التطور الرهيب في وسائل المواصلات بحيث أصبح العالم أكثر تقارباً⁽²⁾.

(1) Davison, W. Philips: International political communications, New York, Frederick A. Praeger, 1965.

(2) د. أحمد بدر، الاتصال بالجماعات والدعاية الدولية، دار للنم، الكويت، 1994.

ويدخل في عداد الوسائل الاقتصادية تنمية التجارة الخارجية، وتقديم المساعدات والهيئات والقروض، وإقامة المشروعات المشتركة، وإرسال الخبراء، ويدخل في هذا الصدد ما يسمى بدبلوماسية المساعدات أي تقديم المساعدات لتحقيق أغراض سياسية.

وتتناول الوسائل العسكرية استخدام القوة في بعض الأحيان أو التهديد أو التلويح بها، وتقديم المساعدات العسكرية، وإمدادات السلاح بأنواعه المختلفة.

وتشتمل الجوانب الاجتماعية والثقافية على تقديم المنح الدراسية، وتدعيم العلاقات بين المؤسسات الثقافية والاجتماعية بين الدول المعنية وتبادل الكتب والنشرات والأفلام التسجيلية وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات.

ولا يخفى أن هذه الوسائل لها جانب إعلامي فترئيس الدولة في ممارسته للوسائل السياسية على المستوى الدولي يطبق أيضاً الوظيفة الإعلامية وتقديم المساعدات الاقتصادية لها جانب إعلامي، ويتطابق نفس الشيء على الوسائل العسكرية، ولا يخفى أن تقديم المنح الدراسية وتدعيم العلاقات بين المؤسسات الثقافية والاجتماعية بين الدول المعنية وتبادل الكتب والنشرات وتضجيع السياسة يحتوى على جوانب إعلامية كبيرة.

ويعد الإعلام الدولي وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية للدول، إذ أنه وسيلة مكفيرة من الوسائل يسمى لتحقيق أهداف السياسات الخارجية من خلال المؤسسات الإعلامية الموكلة إليها ممارسة الإعلام الدولي، وقياس البعثات الدبلوماسية بوظائف دعائية، كما قد يتم ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال وكالات الأنباء الدولية ولا سيما الواسعة الانتشار والصحف والمجلات الدولية والإذاعات الدولية.

وهناك عدة أمثلة في هذا الصدد مثل وكالة الاستعلامات الأمريكية ووكالة اليوتيتديبرس ووكالة الأسوشيتديبرس ووكالة الفرنسية ووكالة التي

تواجه الدول النامية حالياً، مشكلة الاستهلاك، الترتي والمحاكاة للدول التي تقدمها وصوت أمريكا ورايو أوروبا الحرة ورايو الحرية⁽¹⁾.

حدود الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية:

تساند وسائل السياسة الخارجية بعضها البعض في سعيها لتحقيق الأهداف الموضوعية، وفيما يتعلق بالإعلام الدولي فإنه يعكس أساساً الأوضاع القائمة، أي أنه إذا كانت الأوضاع العسكرية والسياسية والاقتصادية في الدولة المعنية بالإضافة إلى وسائلها المختلفة للسياسة الخارجية قوية وفعالة بوجه عام، فإن الإعلام الدولي يعكس هذه الأوضاع، ولكن هذا لا يقلل من قوة الإعلام الدولي في حد ذاته من حيث تخطيطه وتكتيكاته وأساليبه ومتابعته وتمشي مع خصائص مستقبل الرسالة الإعلامية.

وكما كانت السياسة الخارجية مبنية على أسس دقيقة وعلمية وتتبع طرقاً ملائمة في صناعة القرارات من خلال مؤسسات متطورة ووسائل فعالة، وكما ساعد الإعلام الدولي بصفته يعبر عن هذه الأوضاع ويقوي جوانب القوة فيها، ويقلل من أوضاع الضعف فيها وذلك في حركته نحو المستقبل الأجنبي للرسالة الإعلامية⁽²⁾.

وتزداد أهمية الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية بالنسبة للدول الكبرى حيث تتزايد مصالح هذه الدول على المستوى الدولي ويتزايد دورها في السياسة الدولية، ولذلك فإنها تعمل على تقوية الوسائل المختلفة لسياستها الخارجية في سعيها لتحقيق مصالحها.

(1) د. محمد علي العمري، 'الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق'، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى،

1978، ص 33.

(2) د. محمد علي العمري، مرجع سابق، ص 67.

وتواجه الدول التي تعاني من قضايا حساسة- كالأستعمار الاستيطاني الصهيوني في فلسطين والنظام العنصري في أفريقيا الجنوبية- اهتماماً بالإعلام الدولي في سعيها لتوضيح موقفها وحركتها لمعالجة هذه القضايا، رغم المشاكل الأخرى التي تواجهها كالتخلف وهذا يقتضي جهوداً مكثفة لاتخاذ الوسائل الكفيلة بتحقيق التنمية، ولكن الأمر هنا يخضع للأولويات وطريقة ترتيبها والتطورات التي تحدث في هذا المجال.

وإذا كان هناك ارتباط بين السياسة الخارجية والسياسة الداخلية فإن السياسة الخارجية تعد بشكل أو بآخر امتداداً للسياسة الداخلية⁽¹⁾.

كما يمكن القول أن هناك ارتباطاً بين الإعلام الداخلي والإعلام الدولي، فقد تقوم الدولة بالإعلام الداخلي وتركز على مسائل معينة للاستهلاك المحلي ولكن قد يضر ذلك بالإعلام الدولي وذلك بقيام وسائل الإعلام الدولية كوكالات الأنباء بنقل هذه المسائل إلى مختلف أنحاء العالم الأمر الذي قد يضر بسياسة الدولة المعنية، ويرجع ذلك إلى التطور في وسائل الاتصال وإلغاء الحواجز بين مختلف دول العالم.

وكلما كان الإعلام الدولي متماسكاً بزماء المبادأة وسريعاً في حركته ومتطوراً مع الظروف ومستمراً على مر السنين كلما كان أكثر فعالية من غيره إلا أن المحصلة النهائية تتوقف على دور الوسائل الأخرى، ومدى قدرة الدعاية المضادة ومدى تأثير الاعتبارات المتعددة على المستقبل الأجنبي للرسالة الإعلامية وهذا يثير رد فعله تجاه هذه الحملات الإعلامية، لأن الحملات الإعلامية قد تهدف إلى تحقيق أغراض معينة ولكنها قد لا تتحقق كلها أو جزء منها حسب الأحوال وفقاً لرد فعل المستقبل الأجنبي للرسالة الإعلامية وذلك لأن الإنسان ليس آلة استقبال تتجه الوجهة التي يريدتها القائم بالإرسال بل أنه كائن مفكر يخضع لعدة مؤثرات تحدد استجابته من عدمها.

(1) د. محمد علي العويحي، مرجع سابق، ص 84.

وقد يكون الإعلام الدولي فعالاً في مجمله، ولكنه يبدأ بعد فوات الأوان الأمر الذي يقلل من فعاليته، وقد يكون الإعلام الدولي مشتملاً على عناصر متماسكة ولكنه يواجه دعاية دولية قوية تساعد على عوامل تاريخية ولغوية وثقافية إمكانيات متعددة الأمر التي يقلل من قوة الإعلام الدولي.

والإعلام الدولي في حاجة إلى إمكانيات اقتصادية كبيرة وهذا يوضح الفرق بين الدول الغنية والدول الفقيرة من حيث قدرتها على استعمال الوسائل الإعلامية المتطورة وهذا يساهم في تفسير قوة دعيات الدول الكبرى ويصرف النظر عن مدى موضوعية الحجج التي يلجأ إليها⁽¹⁾.

(1) د. محمد علي العريفي، "القرار السياسي واحتمالات الصواب والخطأ"، مقال بجريدة الجمهورية المصرية، 1975/10/5.

المبحث الرابع

الإعلام الدولي في إطار المنظمات الدولية

يعد الإعلام الدولي وظيفة من وظائف المنظمات الدولية، وإن كان لهذه الوظيفة حدود وعلى هذا الأساس تثار نقطتان:

- الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية.
- حدود الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية.

الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية:

يجع الإعلام وظيفة من وظائف المنظمات الدولية وتختلف هذه الوظيفة باختلاف طبيعة المنظمات وأنشطتها ووظائفها وتاريخها.

كثيراً ما تفتيد المنظمات الدولية الدول الفقيرة أو الصغيرة وذلك من خلال تحديث مندوبيها والقاء البيانات وإرسال المذكرات.

اهتمت الأمم المتحدة بمشاكل الاتصال الدولي وتنمية الانتشار الحر وتحقيق التعاون السلمي وذلك من خلال ما يلي:

أ. بحثت الأمم المتحدة التعريف الدولي للحقوق المترتبة على الإعلام وتنفيذ ذلك في المجال الدولي.

ب. بحثت الأمم المتحدة مشكلة إدانة وضع الدعاية التي تهدد السلام أو الحقوق الأساسية للإنسان.

ج. إصدار قرار عام 1974 يدين الأشكال المختلفة للدهاية والسلام.

د. بحثت تنظيم وضع المراسلين الأجانب الذين يشكلون عاملاً هاماً في الاتصال الدولي ولاسيما إبان فترة الأزمات، كما بحثت الجمعية العامة لمنظمة اليونسكو التدفق الحر للإعلام إذ وقعت عام 1966 على إعلان مبادئ التعاون

الدولي، ونصت المادة السابعة على الإعلان: "إن الانتشار الواسع للأفكار والمعرفة المبني على تبادلها ومناقشتها بحرية يعد أمراً ضرورياً للنشاط الخلاق والبحث عن الصدق وتطور الشخصية، وفيما يتعلق بالتعاون الثقافي فينبغي التأكيد على أفكار وقيم تساعد على إقامة الصداقة والسلام ويجب تجنب أي إشارة عداة في المواقف والتعبير عن الرأي ويجب بذل كل جهد في سبيل تقديم المعلومات ونشرها حتى يتأكد صدقها.

وهذا يفسر قيام الدول الكبرى بالتغلغل الثقافي والسياسي في الدول الصغيرة وهذا يعني إمكانية وجود أخطار في الاتصال الدولي أي أن انتشار المعلومات قد يتحول إلى خطر إذا أسئء استخدامه.

يشار إلى أنه ينظر إلى جامعة الدول العربية على أنها منظمة إقليمية وقومية، خصوصاً أن لها سمات مغايرة ومتميزة عن غيرها من المنظمات الإقليمية خصوصاً وأن لهم مصير واحد وهو ما يضي أهمية على مثل هذه المنظمة.

حدود الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية:

معظم قرارات المنظمات الدولية لا تنفذ نظراً لأن المنظمات الدولية ليست فوق الدول.

من الناحية العملية كثيراً ما تتخذ قرارات، لكنها لا تطبق بحكم الصفة التي تتميز بها المنظمات الدولية.

تتحدد مهمة الإعلام الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الإقليمية بطبيعة هذه المنظمات ووظائفها، فمثلاً جامعة الدول العربية تتخذ العديد من القرارات الإعلامية ولكنها لا تنفذ بسبب ضعف الجهاز التنفيذي في الإعلام العربي.

المبحث الخامس الإعلام الدولي في إطار التفاهم الدولي

تثار في هذا الموضوع نقطتان أساسيتان:

- الأولى: الإعلام الدولي والإطار المثالي للتفاهم الدولي.
- الثانية: الإعلام الدولي والإطار الواقعي للتفاهم الدولي.

الإعلام الدولي والإطار المثالي للتفاهم الدولي:

يتحدد الإطار المثالي للتفاهم الدولي من خلال الإعلام الدولي بالسعي نحو الموضوعية المجردة والدقة في إبراز الوقائع والارتباط بالصدق ووضع الجوانب المختلفة للموضوع والابتعاد عن التشويه، والسعي نحو الحقيقة.

كما يمكن أن نجدها في النصوص القانونية المثالية، ونصوص الفلاسفة.

يدخل في هذا الإطار قيام وكالات أنباء دولية وذلك في حال التزامها بالموضوعية.

يدخل في هذا الصدد الحديث عن المسئوليات الأخلاقية لوسائل الإعلام والتي تقاوم أشكال الاحتكار المختلفة والرقابة التي تعد في الأصل قيوداً على حرية الإعلام.

يدخل أيضاً السعي لقيام الأقليات الدينية العرقية واللغوية بتملك وسائل الإعلام الخاصة بها في إطار حرية الإعلام.

يدخل فيها أهمية قيام لغة دولية كوسيلة لتحقيق التعاون الدولي، وحتى الآن لم تنتشر اللغة الدولية بالشكل المطلوب فضلاً عن سعي الدول الكبرى وغيرها في نشر لغاتها بالأشكال المختلفة.

الإعلام الدولي والإطار الواقعي:

يعد الإعلام الدولي في كثير من الحالات معوقاً للتفاهم الدولي إذ لا يلتزم بالموضوعية بل يشوه الحقائق ويبرز وجهة نظردون أخرى، وكثيراً ما يرتبط بالكذب ووضع جوانب الموضوع التي تفيده وتعمد التشويه وخدمة طرف من أطراف الصراع ومهاجمة أو مواجهة الطرف الآخر من الصراع.

سبب ذلك أن الإعلام الدولي هو وسيلة من وسائل السياسة الخارجية للدول وبالتالي فهو يسعى لتنفيذ هذه السياسة بالتفاضل مع السياسة الأخرى.

هذا يفسر سوء توزيع مصادر الأنباء في العالم، وأصبحت وسائل الإعلام سلاحاً خطيراً في أيدي القوى الكبرى.

باستخدام تلك الوسائل يتم احتكار تفكير الإنسان بحيث يصبح الضرد موجها دون إدراك منه بمفاهيم تحتوي على جانب واحد من الحقيقة.

التمنية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية غير المتكافئة أسفرت بدورها عن تنمية غير متكافئة لوسائل الإعلام.

هناك فرق شاسع في نسبة الأمية بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة، وعليه فإن ما يسمى بالحقوق المتكافئة فيما يتعلق بالحريات يدعو للسخرية طالما ظل هناك جزء كبير من الجنس البشري غير قادر على المشاركة المتكافئة في الاتصال الدولي.

يتطلب التقدم التكنولوجي قدراً كبيراً من الأموال وهذا يساهم في زيادة الهوة بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة، ناهيك عن الآثار السيئة على التحرر الثقافي والسياسي للدول النامية.

كذلك تختلف بيئة الاتصال في السنظم الرأسمالية عنها في السنظم الاشتراكية، تختلف باختلاف طبيعة النظام وتباين درجات والتغير داخل الدولة الواحدة.

المبحث السادس الاحتكار والتركيز في الاتصال الدولي

يتجه العالم باضطراد نحو تحطيم الحواجز القائمة وتوجه العديد من وسائل الإعلام الجماهيري للاهتمام بالصفة الدولية.

لا زالت وسائل الإعلام الحالية تعتمد على الوكالات الدولية الخمس للأنباء (رويترز - الاسشيوتد برس - الينايتد برس - وكالة الأنباء الفرنسية - تاس)

مثال على التركيز والاحتكار في الاتصال الدولي فمن الناحية التاريخية قامت وكالة هافاس الفرنسية ورويتر ولف بتقسيم عالم الأنباء إلى مناطق نفوذ، وكان الشركاء الثلاثة للاحتكار الدولي يهتمون بالحصول على الربح والاحتفاظ بالوضع الراهن للحكومات التي تتعاون معهم في الداخل.

تزايد الاحتكار الدولي للأنباء بعد توقيع اتفاقية الأنباء عام 1870 حيث قسم العالم إلى عدد من المناطق وفي كل منها يكون لوكالة معينة الحق الكامل في جمع وتوزيع الأنباء.

بالإضافة إلى الاحتكار والتركيز في الاتصال الدولي فإن وسائل الإعلام الدولية تنقل الأخبار والتعليقات والتحليلات من خلال المصالح التي تسير في إطارها ويؤخذ في الاعتبار المسائل السياسية والاقتصادية الخاصة بالوكالات وهذه مشكلة من المشاكل التي تواجه الدول النامية التي لا تمتلك وكالة أنباء قوية ولذلك فهي مضطرة للاعتماد على مثل هذه الوكالات الدولية مما يجعلها تتأثر بمواقفها، ومع الأسف لم تتحقق لدى الدول النامية صلاحية إنشاء وكالة أنباء خاصة تعبر عن أهدافها.

﴿ الفصل العاشر ﴾

**وكالات الأنباء العربية
والعالمية**

المبحث الأول وكالات الأنباء (نشاطها - وطبيعة عملها)

مفهوم وكالات الأنباء:

تتعدد تعريفات وكالات الأنباء، ونلخصها فيما يلي:

هي مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية تعمل في مجال جمع الأخبار والمعلومات وإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بها مقابل أجر.

هي وكيل عن المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في جمع الأخبار والمعلومات والتقارير والصور التي تحتاجها وسائل الإعلام الجماهيرية للقيام بوظيفتها في إعلام الجمهور بما يقع من أحداث وإمداده بالمعلومات التي يبني على أساسها قراراته.

هي الصناعات المغذية لصناعة الصحافة والإعلام، وبالتالي فإن وكالة الأنباء ليست وسيلة إعلام في حد ذاتها، لأنها لا تتوجه إلى الجمهور العام.

هي وسيط تجاري بين الصحفيين الذين يعملون في جمع الأخبار والمعلومات، وبين المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية التي تحتاج إلى هذه الأخبار والمعلومات.

هي مؤسسات وشركات دولية وإقليمية وقومية تعمل في مجال إمداد الصحف ووسائل الإعلام والهيئات المعنية العامة والخاصة بما تحتاجه من أخبار وتفسيرات ومعلومات وصور مقابل أجر يهدف تحقيق الربح، أو بالمجان لتحقيق أهداف سياسية ودعائية لما لكيها سواء كانوا أفراداً أو دولاً.

هي وكييل عن الصحف ووسائل تجمع الأخبار والمعلومات الصالحة للنشر لحسابها مقابل رسوم اشتراكه، وذلك لأن الصحيفة أو وسيلة الإعلام لا تستطيع— في ظل تزايد النفقات— جمع الأخبار من جميع أنحاء العالم.

ومما سبق نستطيع أن نستخلص محددات مفهوم وكالة الأنباء وهي:

علاقتها بوسائل الإعلام: صناعة مغذية لوسائل الإعلام، أو وكييل عنها أو ممثل لها.

وظيفتها: جمع الأخبار والمعلومات والصور وغيرها من المواد الإعلامية— وتوزيعها على وسائل الإعلام.

هويتها: مؤسسات اقتصادية تسعى إلى تحقيق الربح (الوكالات الخاصة)، أو خدمة مجموعة من الصحف ووسائل الإعلام (الوكالات التعاونية والاتحادية)، أو تحقيق أهداف سياسية أو أيديولوجية ودعائية (الوكالات الحكومية).

وبالتالي فإن وكالة الأنباء هي إحدى الصناعات المغذية لوسائل الإعلام، تقوم بجمع المواد الإعلامية وتوزيعها على الصحف المشتركة فيها، وتسعى إما إلى تحقيق الربح أو تحقيق أهداف سياسية وأيديولوجية.

الأشكال الأولى لوكالات الأنباء:

تمثلت الأشكال الأولى لوكالات الأنباء قبل ظهور الوكالات الحديثة في القرن التاسع عشر في:

الرسائل الإخبارية المنسوخة التي كان يعدها تجار الأخبار في مقابل مادي للأمرء والملوك والأثرياء والتجار.

المكاتب الإخبارية المركزية والفرعية التي ظهرت في أوروبا في القرن الرابع عشر، وكان عملها قريب من عمل الوكالات الحديثة للأتباء. حيث كان يتولى المكتب جمع الأخبار وإعدادها في شكل رسائل إخبارية (نشرات بالمفهوم الحديث) وتوزيعها على من يطلبها من رجال السياسة والتجارة، بمقابل مادي.

وكانت المكاتب الإخبارية تستخدم الخيول والحمير والحمام الزاجل في نقل الرسائل الإخبارية من مكان إلى آخر. وبعد ظهور البريد الحديث تم استخدام مكاتب البريد في تبادل الأخبار ونقلها بين المدن. وكان مدير البريد يتحكم في التدفق الإخباري الداخل إلى والخارج من المدينة التي يعمل بها. وفي البداية كان مديرو البريد يقصرون خدماتهم الإخبارية على بعض الأفراد من رجال السياسة والرأسماليين والتجارة الذين يهمهم معرفة ما يقع حولهم من أحداث قد يؤثر في مصالحهم السياسية أو التجارية. وبعد ظهور الصحف المطبوعة احتكر مديرو البريد لفترة توزيع الصحف على الناس. وقد تضاءلت أهمية مديري البريد كثيراً بعد التطور الذي شهدته وسائل المواصلات خاصة بعد تمهيد ورفص الطرق بين المدن والأقاليم وإنشاء السكك الحديدية، وظهور وسائل النقل السريعة - نوعاً ما - مثل القطارات والبواخر، وتطور بعد ذلك التلغراف والذي تم اختراعه نتيجة الحاجة إليه لتلافي سلبيات استخدام الحمام الزاجل والصعوبات التي يواجهها للانتقال من مكان إلى آخر، بالإضافة إلى عدم انتظامه. وقد تميز التلغراف بقدرته على تغطية مساحات كبيرة من المناطق المحيطة وبصورة آمنة ومنظمة وسريعة.

ويمكن تحديد وسائل جمع ونقل وتوزيع الأخبار قبل ظهور وكالات الأنباء في:

- تجار الأخبار والمكاتب الإخبارية (جمع وتوزيع الأخبار).
- مديرو البريد (توزيع الأخبار والرسائل الإخبارية).
- البريد (نقل الأخبار والرسائل الإخبارية).
- الخيل والحمير الزاجل (وسائل نقل).

- المرايا وإضاءة الأنوار في أبراج المنتشرة على رؤوس الجبال للإسراع في نقل الأخبار بموجب شفرة ضوئية خاصة.

نشأة وتطور وكالات الأنباء:

يمكن تقسيم العوامل التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء إلى عوامل تكنولوجية، وعوامل اجتماعية واقتصادية، وعوامل إعلامية صحفية، نصلها فيما يلي:

العوامل التكنولوجية:

تشمل العوامل التكنولوجية التقنيات التي أتاحها الثورة الصناعية في أوروبا في القرن التاسع عشر، ومن المخترعات التي ساعدت على قيام وتطور وإزدهار وكالات الأنباء ظهور الخدمات البريدية وانتظامها وبالتالي انتظام توزيع الأخبار، وإختراع التلغراف الذي أدى إلى تقلص عامل الزمن في نقل الأخبار، وإختراع التليفون الذي أدى أيضاً إلى تقليل عامل الزمن في تداول الأخبار. ويمكن تحديد العوامل التكنولوجية التي ساعدت على قيام وتطور وإزدهار وكالات الأنباء فيما يلي:

إنشاء نظم البريد وتطورها، وقيام مديرو البريد بتقديم ترجمة ملخصة للصحف الواردة من الخارج للصحف المحلية مقابل اشتراكات سنوية.

تقدم وسائل النقل البرية والبحرية (البواخر- السكك الحديدية - تمهيد الطرق ورصفها).

إختراع التلغراف في عام 1835 واستخدامه في نقل الأخبار في عام 1845، ثم زيادة خطوطه بين المدن واتساعها لتربط الدول ثم القارات. وقد مثل التلغراف ثورة في مجال الاتصال، وكان هو أساس قيام وكالات الأنباء الحديثة، حتى أنها اتخذت اسمها من اسمها، فأطلق عليها في البداية الخدمات التلغرافية السلكية

Wire Services، ولا زال هذا المصطلح يستخدم في الوقت الحاضر في الإشارة إلى وكالات الأنباء. وقد أنهى التلغراف إلى حد كبير مشكلة بطئ نقل الأخبار من مكان وقوعها أو مكان تجميعها إلى الصحف... ولكنه لم يحل مشكلة التكاليف الباهظة التي كانت تتحملها كل صحيفة على حدة لجمع أخبارها.

اختراع التلفزيون واستخدامه في نقل الأخبار؛ واختراع الراديو.

العوامل الاجتماعية:

وتشمل العوامل الاجتماعية والاقتصادية التي ساهمت في نشأة وتطور

وكالات الأنباء:

وجود قاعدة اقتصادية توفر التمويل اللازم للمشروعات الجديدة زمنها إنشاء وكالات للأنباء، وذلك نتيجة تحول الاقتصاد الأوروبي من النظام الإقطاعي إلى النظام الصناعي القائم على السوق الحر. فقد وفر هذا التحول التمويل اللازم لصناعة الصحافة والصناعات المرتبطة بها ومنها وكالات الأنباء.

توافر قاعدة علمية مثقفة قادرة على إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، وذلك بعد إقرار حق التعليم الإلزامي. إذ أن هناك علاقة طردية بين تقدم التعليم وبين ازدهار صناعة الإعلام والصناعات المغذية لها مثل وكالات الأنباء.

زيادة الكثافة السكانية نتيجة تطور الطب وارتفاع متوسط الأعمار، وزيادة سكان المدن، وبالتالي زيادة استهلاك وسائل الإعلام وزيادة حاجة هذه الوسائل إلى الأخبار لتلبية احتياجات مستهلكيها.

العوامل الإعلامية:

أما العوامل الإعلامية التي ساهمت في نشأة وتطور وكالات الأنباء فإنها تتصل اتصالاً مباشراً بازدهار وتقدم الصحافة المطبوعة، وتشمل:

- انتشار المطابع انتشاراً كبيراً في المدن الأوروبية، وقيام أصحابها بإصدار النشرات الإخبارية المطبوعة.
- التطور الكبير في الطباعة بظهور آلة الطباعة الضخمة (روتاتيف) التي مكنت الصحف اليومية من طبع نحو سبعين ألف نسخة في اليوم، واختراع آلة الكتابة السطرية (اللينوتيب).
- رواج النشرات الإخبارية المطبوعة نتيجة شغف الشعوب إلى معرفة أخبار وتطورات بعض الأحداث المهمة في ذلك الوقت، مثل أخبار الاكتشافات البحرية، والحروب التركية والإيطالية التي اشتركت فيها جميع الدول الأوروبية تقريباً.
- ظهور المطابع الميكانيكية التي اختصرت وقت الطباعة من جانب وحسنت نوعية المطبوع وزادت منه زيادة كبيرة.
- ظهور الصحافة رخيصة الثمن Penny Press، وتزايد حاجتها إلى الأخبار.
- ظهور مفهوم السبق الصحفي واشتعال المنافسة بين الصحف على سرعة نشر الأخبار لجذب أكبر عدد ممكن من القراء إلى شرائها.
- ازدهار حرية الصحافة بصدور الدساتير والقوانين التي تنص عليها وتضع ضمانات للحفاظ عليها. وتعني هذه الحرية تدفق المعلومات بين الدول دون قيود. وفي بداية ظهورها كانت الصحافة مقيدة حتى في أوروبا، على أساس أن الحكومات رأت أن حرية الصحافة المطبوعة أشد خطورة من الكتابة المنسوخة، ولذلك أصدرت قوانين للحد من انتشار هذه الصحف، على عكس الصحف المنسوخة لأنها تنشر في حيز ضيق ولا يوجد عليها قيود.
- زيادة عدد قراء الصحف نتيجة نمو الديمقراطية السياسية وتحرير المرأة ومنحها الحق في التعليم، وازدياد أهمية الخبر لدى الناس وتنوع مصادره ومجالاته.
- ظهور وكالات الأنباء.

لقد ساهمت العوامل السابقة مجتمعة في قيام وكالات الأنباء، ومع ذلك فإن الدوافع الفعلية لظهور هذه الوكالات تتمثل في:

- بطيء نظم جمع الأخبار.
- بطيء نظم نقل الأخبار.
- التكلفة المالية الباهظة للحصول على الخبر بالنسبة للصحيفة الواحدة.
- تنوع مصادر الأخبار.
- ظهرت وكالات الأنباء لكي تلبي الاحتياجات المتزايدة للصحف من الأخبار الدولية.

فقد شهد مطلع القرن التاسع عشر انتصار البرجوازية في غرب أوروبا وسيطرتها على مقاليد السلطة وقد ارتبط نمو هذه الطبقة باتساع النشاط المالي والتجاري عقب عصر الاكتشافات الجغرافية والاستعمار ثم الثورة الصناعية.

وفرت وكالات الأنباء كافة الاحتياجات الإخبارية مستفيدة في ذلك بما تحقق من تنظيم للخدمات البريدية مما ساعد على سرعة وصول الأخبار الدولية من مراسلي وكالات الأنباء إلى مقارها، ومنها إلى الصحف التي تشترك في خدماتها.

وكالات الأنباء هي الوليد الشرعي للصحف في مرحلة توجهها الدولي.

كما بدأت الصحافة في العالم تاريخيا من لندن وباريس عاصمتي أكبر قوتين دوليتين في عالم القرن التاسع عشر فقد احتكرت نفس العاصمتين ملكية أهم وكالتين للأنباء هافاس الفرنسية ورويتر البريطانية.

لمدة تزيد عن ثلاثة أرباع قرن ظلت السيطرة على سوق الأخبار الدولية للوكالات الثلاث الأوربية هافاس ورويتر وولف حيث قاموا بتقسيم العالم بين بعضها البعض لتوزيع حقوق الاستغلال الإخباري.

عقب هزيمة ألمانيا وانهيار وكالة هافاس الفرنسية أصبح يسيطر على سوق الأخبار الدولية خمس وكالات كبرى هي وكالة الأنباء الفرنسية ورويترز البريطانية والاسشيوتد برس واليونيتد برس الأمريكيتين وتاس السوفيتية، فالواقع الحالي لوكالات الأنباء يعكس حقائق الوضع الدولي المعاصر.

التقسيمات الأساسية لوكالات الأنباء:

يمكن تقسيم وكالات الأنباء إلى عدة أنواع طبقاً لمعايير تتصل بالتغطية الجغرافية لنشاط الوكالة، ووفقاً لنمط الملكية، ووفقاً لمجال العمل، وذلك على النحو التالي:

التقسيم على أساس التغطية الجغرافية:

تقسم وكالات الأنباء حسب التغطية الجغرافية لنشاطها في جمع وتوزيع الأخبار إلى أربعة أنواع هي:

وكالات الأنباء الدولية او العالمية The International News Agencies: وتعني بها الوكالات الأربعة الكبار The Big Four، وهي: وكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة رويترز البريطانية، ووكالة الاسوشيدبرس واليونائتيدبرس الأمريكيتين، ويغطي نشاط هذه الوكالات جميع أنحاء العالم وتسيطر مجتمعة على نحو 80% من تدفق الأخبار في العالم. وقبل انهيار الاتحاد السوفيتي في عام 1991 كانت وكالة تاس السوفيتية تندرج ضمن الوكالات العالمية، ويمكن بقليل من التجاوز اعتبار وكالة الأنباء الصينية شينغها ضمن الوكالات الدولية باعتبار ان خدماتها توزع على صحف ووسائل إعلام تخاطب أكثر من مليار نسمة. ويعتبرها البعض وكالة شبه دولية ويخرجها من إطار الوكالات العالمية لكون اللغة الصينية غير منتشرة خارج حدود الصين ودول قليلة محيطة بها.

وكالات أنباء شبه دولية Semi- International News Agencies، وهي الوكالات التي لم تصل إلى الصفة الدولية ولكنها تغطي قطاعات واسعة من العالم، وتمثلها وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية Middle East News Agency، وعدد من الوكالات الأوروبية الغربية التي يحد عامل اللغة من خروجها إلى العالمية مثل وكالة الأنباء الألمانية ديبا DPA أو "The Deutsche Press Agency" ووكالة الأنباء الإيطالية ANSA أو "The Italian Agenize" ووكالة الأنباء الإسبانية The Spanish Agencies، ووكالة الأنباء الإسبانية EFE

وكالات أنباء وطنية National News Agencies: وهي الوطنية التي أنشأتها الدول - خاصة في دول شرق أوروبا ودول العالم الثالث - بعد الحصول على الاستقلال - للتحكم في تدفق الأنباء الخارجية من وإلى الدولة، وذلك بهدف ضمان سيطرة الحكومات على تداول المعلومات في المجتمع. وتقريباً فإن لدى كل دولة في العالم وكالة أنباء خاصة بها، وتعد هذه الوكالات مصدراً مهماً للأخبار الخاصة بالدول التي تعمل بها، وكثيراً ما تعتمد عليها وكالات الأنباء العالمية في جمع أخبار دولها من خلال اتفاقيات تبادل وتوزيع الأخبار، إذ تقوم الوكالة الوطنية بتوريد أخبار الدولة إلى الوكالة العالمية في مقابل منحها امتياز توزيع خدمات الوكالة العالمية داخل الدولة على المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية.

وتؤدي وكالات الأنباء الوطنية دورين أساسيين هما: تغطية الأحداث التي تقع داخل الدولة وتوزيعها على الصحف ووسائل الإعلام المحلية وعلى الوكالات والصحف ووسائل الإعلام الأجنبية، واستقبال أخبار وبرقيات وخدمات الوكالات الدولية وإعادة توزيعها على وسائل الإعلام المحلية بعد تصفيتها وتنقيتها، وبذلك تقوم الوكالة الوطنية بدور حارس البوابة وذلك بهدف السيطرة على تدفق الأخبار الواردة من الخارج والخارجة من الدولة، وباعتبار أنها وكالات نشأت داخل الدول وفي حدود نطاقها الجغرافي (أنشأتها حكومات الدول)، فإنها تقوم بدورين هما:

تغطية أحداث الدولة لصالح الصحف المحلية ووسائل الإعلام وتبادل الأخبار من خلال اتفاقيات مع الوكالات الأخرى. وهي وكالات حكومية ليس هدفها الربح ولا يهمها الخسارة وهي غير فعالة في التدفق الدولي للأخبار والمعلومات.

نشر أخبار وبرقيات وخدمات الوكالات الدولية داخل الدولة وتتولى تصفية وتنقية الأخبار وتقوم الوكالة الوطنية بدور حارس البوابة وذلك بهدف السيطرة على تدفق الأخبار الآتية من الخارج والخارجة من الدولة وبالتالي فإن عملها هو عمل وساطة وليس عمل فعلي.

وكالات أنباء إقليمية Regional News Agencies وهي أقل أهمية من الأنواع السابقة من وكالات الأنباء، وتمثلها مجموعات وكالات الأنباء التي تقوم على أساس أيديولوجي أو ديني أو عرقي أو جغرافي، وتعمل على أساس ديني أو عرقي مثل اتحاد وكالات الأنباء الإسلامية، واتحاد وكالات الدول الأوروبية، واتحاد وكالات دول عدم الانحياز، واتحاد الوكالات الإفريقية... الخ.

التقسيم التنظيمي:

تقسم وكالات الأنباء حسب نشاطها في مجال الإعلام والأخبار إلى نوعين أساسيين هما:

وكالات أنباء عامة تغطي جميع أنواع الأحداث دون تخصيص، ومن أمثلتها الوكالات العالمية الأربعة الكبرى الفرنسية وروترز الاسوشيدجرس واليوناييتدجرس. إذ تشمل خدماتها الإعلامية جميع الأنشطة الإنسانية السياسية والاقتصادية والعلمية والاجتماعية والرياضية... الخ.

وكالات أنباء متخصصة تغطي نوعاً محدداً من الأحداث، مثل الأحداث الرياضية أو الفنية.

التقسيم الإداري:

تقسم وكالات الأنباء وفقاً لنمط ملكيتها وطبيعة إدارتها إلى ثلاثة أنواع

رئيسية هي:

وكالات أنباء تعاونية: وهي الوكالات المملوكة لمجموعة من المؤسسات الصحفية الإعلامية مثل وكالة الاسوشيدبرس الأمريكية ووكالة رويترس البريطانية. وقد يشترك في ملكية الوكالة صحف من داخل الدولة فقط كما هو الحال في الاسوشيدبرس، أو صحف ومؤسسات إعلامية من داخل وخارج الدولة كما هو الحال في رويترز. ولا تهدف وكالات الأنباء التعاونية إلى تحقيق الربح المادي في المقام الأول ويكون من حق الصحف المشتركة فيها إعادة أو تحويل أو تعديل سياسة الوكالة، وليس لها رسوم اشتراك تدفعها الصحف للحصول على خدماتها وإنما مساهمات في الميزانية.

وكالات أنباء خاصة: وهي الوكالات المملوكة لشركات أو كانت مملوكة لأشخاص كما كان الحال في وكالة روتيرز قبل بيع أسهمها وتحويلها إلى ملكية اتحاد صحف العاصمة ووكالة هافاس قبل الحرب العالمية الثانية، ووكالة اليوناييتدبرس الأمريكية. وتستهدف هذه الوكالات تحقيق الربح المادي بشكل أساسي، وليس للصحف المشتركة فيها الحق في تعديل أو تغيير سياستها، وتوزع خدماتها على كل من يقوم بسداد قيمة الاشتراك.

وكالات أنباء حكومية: وهي التي تملكها حكومات الدول التي أنشأتها ويضم هذا النوع جميع وكالات الأنباء الوطنية تقريباً، ولا تستهدف هذه الوكالات تحقيق الربح وتوزع خدماتها إما مجاناً أو في إطار اتفاقيات تبادل مع الوكالات الأخرى، وتعمل كأداة من أدوات الدعاية للحكومة في الداخل والخارج.

المبحث الثاني وظائف وكالات الأنباء

يؤدي الإعلام عموماً طائفة من الوظائف أهمها الوظائف الإخبارية والتوجيهية والوسيطية والإعلانية والترفيهية، وحسب بعض النظريات للإعلام وظائف التمانية ونفسية وعلاجية.

ويمارس الإعلام هذه الوظائف عبر وسائل فنية وتقنية تشكل في مجموعها وسائل الإعلام الجماهيرية بأنواعها المطبوعة والمسموعة والمرئية.

إن وكالات الأنباء وسيلة إعلامية ذات طبيعة خاصة، فهي تختلف في معظم مواصفاتها عن طبيعة ونشاط وسائل الإعلام الجماهيرية.

كما أن الوظائف التي تؤديها تختلف في أساليبها وطرائقها ومسراتها عن مهمات وسائل الإعلام الجماهيرية الأتفة الذكر.

ومن أهم وظائف وكالات الأنباء هي:

الوظيفة الإخبارية: هي أهم الوظيفة لوكالة الأنباء بلا شك التي تشترك الوكالة في طريقة أدائها وأهدافها وتختلف في اتجاهات وأساليب بثها وتوزيعها. فوسائل الإعلام الجماهيرية تمارس وظيفتها الإخبارية من خلال جمع وصياغة وبت وإذاعة الأنباء والمعلومات التي تنتقيها، على أوسع نطاق جماهيري. في حيث تجمع وكالة الأنباء الأخبار لتوزعها على المشتركين والمتعاقدين معها، أي في نطاق محدود وضيق، رغم أن هدفها الأساسي هو نشر هذه الأخبار على أوسع نطاق ممكن. ولا بد من الإشارة هنا إلى أن الأخبار التي تسقيها وكالة الأنباء من الوقائع والإحداث المتنوعة بصورة مباشرة هي أكثر كما واتساعاً وحجماً وغزارة من تلك التي تحصل عليها وسائل الإعلام الجماهيرية إضافة إلى أنها أشد سرعة وفورية

وتواجداً. ويقاس نجاح وفعالية الوكالة بمدى حضورها وفورية نقلها للحدث ومدى قدرتها على تحقيق سبق في بث النبأ.

الوظيفة الإخبارية لوكالة الأنباء، بطبيعتها ومسالكتها وقنالاتها الخاصة التي عرضناها، هي وكما أشرنا، من أهم وظائف الوكالة إن لم تكن الأعم. وقد تزايدت هذه الأهمية باتساع وتعقد حقل الأحداث في المجتمع، ويتداخل وتشابك هذه الأحداث على الصعيد الدولي وعلى مستوى العلاقات بين الدول والأمم.

فتطور وسائل الاتصال الالكترونية الجماهيرية المذهل دفع مالكوها إلى القول بأن العالم أصبح "عملاقة تتحرك فيها الأخبار بنفس السرعة والضرورة التي كانت تتحرك وتنتقل فيها داخل قرية صغيرة هذا بالإضافة إلى أن التبدلات والقفزات النوعية الكبيرة التي عرفها عالم هذا القرن. في كل مجالات الحياة الاقتصادية والسياسة والثقافية والاجتماعية، وإن بدرجات ونسب متفاوتة جعلت من مجموعات الرأي العام أكثر تنوعاً وتمقيداً لأن انتشار الوعي المعرفي والثقافي في أوساط جماهيرية واسعة أدى إلى تصاعد متطلبات الجمهور في مجال الإعلام الذي أصبح جزءاً من الغذاء اليومي للإنسان. ووكالة الأنباء، كغيرها من وسائل الإعلام تسعى دوماً، عن طريق توسيع وإتقان وظيفتها الإخبارية، إلى إرضاء هذه المتطلبات وأغراق الرأي العام المتمطش للإطلاع، بكميات هائلة من الأخبار الداخلية والعالمية، خلال زمن قياسي يزداد ارتقاء بفضل المنجزات التقنية الموضوعة بتصرف الوكالات ويفضل الارتقاء المستمر لسوية الأداء المهني لدى صحفي الوكالات وكوادرها.

الوظيفة التكوينية والتوجيهية: تؤدي وكالات الأنباء هذه المهمة من خلال تعليقات ومقالات وملاحظات وتحقيقات ودراسات وعمليات سير محدودة يقدمها محررون مختصون في جميع المجالات ومراسلون متواجدون في أنحاء مختلفة من العالم.

إذا كنا تحدثنا عن وظيفتي وكالات الأنباء الإخبارية والتوجيهية بصورة منفصلة، فإن هاتين المهمتين متداخلتان ومتشابكتان ولا يمكن فصل أحدهما عن

الأخرى إلا على المعيد النظري لتسهيل البحث فوسائل الإعلام، وفي هذه الحالة وكالة الأنباء، تتكون وتوجه وتؤثر من خلال وظيفتها الإخبارية البحتة. ويخبر وتنبئ من خلالها ممارستها لوظيفتها التوجيهية. ومن المعروف والبدهي إن وكالة الأنباء تجري عملية انتقاء صارمة للأخبار التي تجمعها من مصادر عديدة، وعبر عملية الانتقاء هذه تتخذ مواقف عقائدية وسياسية محدودة وواضحة.

إن النظرية التي يتبناها بعض التي يتبناها بعض القوى الاجتماعية والقائلة إن الإعلام الجدى والموضوعي يجب أن يكون مستقلاً وحيادياً، فوق الأحزاب والتنظيمات والمجموعات السياسية، ما هي سوى رواية خيالية اخترعتها تلك القوى لتخفي انتماءاتها الحقيقية. فالإعلام جسّد دائماً وأبداً عبر القرون والعصور وسيلة هامة وأداة حيوية في أيدي السلطات الزمنية والروحية للتأثير على الناس وتكوين الرأي العام وممارسة الدعاية والتعبئة والتنظيم في سبيل أهداف محددة وضعتها وسعت إليها تلك السلطات.

أما اليوم فإن الإعلام يكون ويوجه ويؤثر على ملايين البشر ويتدخل في كل الأحداث التي يشهدها المجتمع ويلعب دوراً نشطاً في أبراز أو إخفاء أو تمويه أو لجم هذه الأحداث.

كل ذلك ينطبق على وكالة الأنباء التي تجمع وتصنيف وتختار وتصيغ الأخبار وتحرر التعليقات والمقالات انطلاقاً من سياسة محددة المعالم والاتجاهات، تنسجم مع مصالح القائمين على الوكالة من حيث الملكية والتمويل.

إن معرفة حقيقة السياسة الإعلامية لأية وسيلة إعلام وبالتالي لأية وكالة يكمن في الرد على صيغة لأسويل المتعلقة ببنية العمل الإعلامي، أي الرد على سؤال من يقول؟ أدى من الذي يمتلك الوسيلة كأداة لبث الرسالة إلى الآخرين؟.

في عالم يتميز بوجود قوى سياسية تمثل طبقات وفئات اجتماعية مختلفة متباينة وأحياناً متناقضة، ومجموعات تنتمي إلى مصالح متعارضة يؤثر بعضها في

البعض الآخر، يبرز الإعلام، وبالتالي وكالة الأنباء، كتعبير واضح عن كل هذه التيارات.

من يقول؟ الواقع أن تلك القوى هي التي تقول مستخدمة أدوات فعالة جد للرقابة الاجتماعية ألا وهو الإعلام.

على أية حال، سنلمس هذا الواقع عندما تعرض تركيبه وتنظيم وكالات الأنباء العالمية.

إضافة إلى هاتين الوظيفتين اللتين تمارسها وكالة الأنباء واللتين تتداخلان في الممارسة والواقع، هناك وظيفة ثالثة نشترك فيها وكالة الأنباء مع وسائل الإعلام الجماهيرية، وإن كانت تمارسها بأساليب مختلفة وهي الوظيفة الوسيطة.

الوظيفة الوسيطة: وسائل الإعلام الجماهيرية تمارس مهمتها الوسيطة والرقابية من خلال وضع نفسها صلة وصل أمينة ساهرة بين السلطة والشعب بين الأفراد والمؤسسات، بين الحكم والمواطنين. ووكالة الأنباء تمارس هذه المهمة بصورة غير مباشرة من خلال نقلها أحداث ومشكلات وهموم أوسع أوساط المجتمع عبر وسائل الإعلام الجماهيرية. ولا بد من القول أن الوكالة تقوم بهذه الوظيفة أيضاً من خلال قيامها بمهمتها الإخبارية والتوجيهية. فهي تضع بنفسها وسيطاً عندما تنبئ وتعلق.

وهي تخبر عندما تلفت وتنبه. وهكذا نلاحظ مدى ترابط هذه المهمات الثلاث للإعلام بشكل عام وللوكالات بشكل خاص.

إلا أنه لا بد من الإشارة إلى أن المهمة الوسيطة للوكالة تختلف في وسائلها وسير عملها وأهميتها من وسائل الإعلام الجماهيرية. فمهمة الرقابة لا تمثل عملاً أساسياً للوكالة، في حين أنها أهم وأوسع وأعمق وأكثر استمرارية في

وسائل الإعلام الجماهيرية التي من المفترق أن تشكل هذه الوظيفة جزءاً لا يتجزأ من عملها اليومي والثابت.

الوظيفة الترفيهية: هذه الوظيفة تشغل حيزاً بسيطاً جداً في مجال نشاط الوكالة. وتلعب الصدفة دوراً في هذا الموضوع، ونشير في هذا الصدد، إلى أن دور الوكالة الترفيهية تختلف أهميته باختلاف نوع الوكالة وأبعاد عملها ومجالات نشاطها.

من الطبيعي والبيهي إلا تكون لوكالة الأنباء وظيفة إعلانية. فوسائل الإعلام الجماهيرية تضطلع بهذه الوظيفة باتفاق مباشر مع الأطراف المعنية. وقد رأينا أن أول وكالة في العالم مارست لفترة ما وظيفة إعلانية، ولكن هذا الأمر بقي محدوداً في المكان والزمان وخضع لظروف اجتماعية واقتصادية معينة.

قد تمارس بعض الوكالات المحلية وبعض الوكالات المختصة نوعاً من أنواع بث الإعلانات بصورة غير مباشرة. إلا أن هذا الأمر ليس عاماً ولا يعنينا في هذا المجال.

أما لوظائف الانتمانية والنفسية والعلاجية فهي حكر على وسائل الإعلام الجماهيرية، وأن كان البعض يبدي ارتياحه لبعض الوكالات دون الأخرى لاعتقاده بأنها أكثر أمانة ومصداقية. وعلى كل حال فإن الوكالة تقوم بهذا الدور الإئتماني أيضاً عن طريق الوساطة، عبر وسائل الإعلام الجماهيرية ولذلك فإن انعكاسات هذا الدور الاجتماعية وعلى صعيد مجموعات الرأي العام تتجلى في عمل ونشاط الإعلام الجماهيري وليس في وكالات الأنباء.

المبحث الثالث

الدور الاقتصادي والسياسي لوكالات الأنباء

تتعامل وكالات الأنباء مع الصحف والإذاعات والهيئات في تجارة المعلومات، وهي تجارة لها خصائصها المختلفة تماماً عن التجارة العادية للسلع والمنتجات وهي سوق فريدة تؤثر في عقول الناس ونفوسهم، ومن هنا تتصل عملية الإعلام بالتغيير الذي يصل إلى حد الثورة فلا غرابة أن تهتم الحكومات اهتماما كبيرا بالأخبار وأجهزتها وأهمها وكالات الأنباء. ولكن الأخبار عن السلع القابلة للغش كأي سلعة أخرى، بل هي أكثر قابلية للغش، إذ يمكن عرضها بكثير من التلوين والتمويه وإساءة القصد والمباغلة بالحذف أو الإضافة، ولذلك كانت أهم معايير العمل الصحفي الناجح في سوق الأخبار هي الدقة والموضوعية والحياد، وإن كان هذا الأمر عسيرا جدا نظرا لتداخل عمل الوكالات مع شتى الميادين السياسية والاقتصادية. وقد بلغت وكالات الأنباء دورا وثيقا الصلة بإستراتيجية الدولة بصفة عامة، كي يرتبط نشاطها اليومي بتكتيكاتها ومناوراتها ودعاياتها. وإذا كان معدن الرجال يعرف في المحن فإذا حقيقة الوكالات تعرف في وقت الأزمات، وكانت الحرب العالمية الأولى أزمة دولية كشفت النقاب عن أعمال وكالات الأنباء وسياستها واتجاهاتها ومواقفها، فبعد سنة من نشوب الحرب، اتضح أن الوكالات تعمل صراحة لخدمة المصالح القومية. وعندما استقر الرأي في بريطانيا على ضرورة أن تلعب رويترز دورا وطنيا ضريحا إلى جانب قضية الحلفاء عهد إلى رودريك جونس لتففيذ هذه السياسة بادية من عام 1915 ولم يكن الأمر خفيا على أحد وخاصة بعد أن عين رودريك جونس نفسه مدير للدعاية في وزارة الاستعلامات البريطانية وقامت الحكومة بتمويل مشروع الوكالة علينا وإعانتها بمبلغ 120000 جنيه سنويا. وعبثا حاولت رويترز إقناع العالم بأنها وكالة محايدة، ولا علاقة لها للحكومة ولكن تحليل البرقيات كان ينطق بخلاف ذلك تماما وأصدرت ألمانيا نشرة سنة 1915 بعنوان "الضناطوكاليتي رويترز وهافاس" كما صورت الصحافية كلادر داش الألمانية وكانت رويترز في عدد خاص سمته "أكاذيب رويترز

" وفيه تظهر الوكالة بشكل إنسان عجيب يسير على امتلاك لسانه شفوية تخرج منه نباتات وتماسيح وكائنات غريبة وتحلت الصورة مكتب الكذب هو قانون العالم، وهكذا تعلمنا شبكة رويترز الإخبارية. وعندما قاربت الحرب من نهايتها في أواخر الخريف، نشرت صحيفة برلينر تاجيبلات صيحة مريرة: " أقوى من الأسطول والجيش وأخطر تلك الوكالة - وكالة رويترز". بينما لا يختلف الدور الاقتصادي كثيرا عن الدور السياسي وتتضح من خلال أهمية وخطورة الأخبار الاقتصادية التي تعد مهام، ومن خلال الخدمات الإعلانية التي تتيحها كذلك.

المبحث الرابع وكالات الأنباء الدولية وسيطرة كلمة الأقوياء

رغم وجود أكثر من مائة وعشرين وكالة أنباء تنتشر بين قارات العالم الخمس فلا يوجد من بينها سوى خمس وكالات دولية والبعض يقلصها إلى أربع وكالات فقط.

الخمس وكالات هي:

- رويتر البريطانية.
- وكالة الأنباء الفرنسية.
- اسشيوند برس الأمريكية.
- ينايتد برس الأمريكية
- وكالة تاس السوفيتية.

إن قلة عدد وكالات الأنباء الدولية لا يعني ضعف نفوذها الدولي، بقدر ما يشير إلى الاحتكار في مجال وكالات الأنباء أكبر بكثير مما هو في الصحف وهو ما يعني أن الميدان الرئيسي لنشاط وكالات الأنباء وهو نقل وتبادل الأخبار الدولية يسيطر عليها عدد قليل من الوكالات.

مظاهر السيطرة الدولية للوكالات الكبرى:

إن سيطرة وكالات الأنباء الخمس الكبرى على حركة تداول الأخبار الدولية يرجع إلى ضخامة حجمها وقوة الوسائل التكنولوجية التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في أنحاء العالم، ولكل وكالة منها مكاتب في أكثر من مائة دولة وتستخدم آلاف الموظفين المتفرغين والمراسلين غير المتفرغين الذي يقومون بجمع آلاف الكلمات كل يوم وتوزيع ملايين الكلمات على النطاق العالمي والمحلي.

ساعد التطور الهائل والمستمر في تكنولوجيا المعلومات في تدعيم السيطرة الدولية لوكالات الأنباء الكبرى خصوصا في السنوات الأخيرة وما أعقبها من تطورات فنية مذهلة في أساليب جمع وتحليل وإرسال الأنباء بكم كبير يتزايد بسرعة خارقة.

أدت سيطرة وكالات الأنباء الدولية الخمس إلى إيجاد ظاهرة خطيرة في الإعلام الدولي وهي الاختلال وعدم التوازن في تداول الأخبار العالمية حيث تحتكر الوكالات الخمس حوالي 80% من الأخبار الدولية، بينما لا يزيد نصيب الدول النامية عن 20%.

وكالات الأنباء شبه الدولية:

سعت بعض الدول الصناعية التي تتمتع بقدر كبير من التقدم الاقتصادي والتكنولوجي إلى مقاومة سيطرة الوكالات الخمس فقام بعضها بتدعيم وكالاته الوطنية ماديا وبشريا في حين قام البعض الآخر بإنشاء وكالات أنباء وطنية قوية، وبذلك زاد في الربع قرن الأخير عدد الوكالات الوطنية والتي أطلق عليها الوكالات شبه الدولية وفي أحيان أخرى الوكالات الأهم في العالم بعد الوكالات الخمس الكبرى.

وكالات الأنباء الوطنية:

بدأت هذه الوكالات الوطنية في الظهور في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية وذلك نتيجة لاستقلال غالبية الدول التي كانت واقعة تحت الاستعمار.

يوما بعد يوم تزداد أهمية بعض الوكالات الوطنية للأنباء، إذ يحتفظ بعضها بمكاتب خاصة به في الداخل والخارج لاستقاء الأنباء وتوزيعها وكثير من الوكالات الوطنية لديها شبكة من المراسلين في الداخل.

من أبرز الوكالات الوطنية في إفريقيا وكالة أنباء غانا، وكالة أنباء البرازيل.

في العالم العربي توجد تسع عشرة وكالة أنباء، إلا أنه يلاحظ أن بعض هذه الوكالات أقرب إلى مكاتب إعلامية تابعة لوزارة الإعلام مباشرة وإنتاجها ضعيف نظرا للأسباب الآتية:

- ضعف هياكل وكالات الأنباء العربية البشرية.
- ضعف الموارد المالية.
- قلة عدد المكاتب التابعة لها.

وفي حقيقة الأمر ما زالت وكالات الأنباء الوطنية في عدد كبير من الدول النامية دون مستوى وكالات الأنباء بمعناها الصحيح، وإنما هي مجرد مكاتب لجمع وتوزيع الأنباء الرسمية وتمارس نوعا من الحراسة على الأنباء الواردة من الخارج.

إشكاليات وكالات الأنباء على المستوى الدولي:

أولا: وكالات الأنباء الدولية ومسئوليتها عن الاختلال الكمي في تدفق الأنباء،

لا خلاف على إن ثمة اختلالاً كمياً في تدفق المعلومات التي تنقلها وكالات الأنباء الدولية، وأن نسبة كبيرة ممن هذه الأنباء تتناول الدول الغربية في مقابل نسبة أقل من الأنباء التي تتناول الدول النامية، ويذهب الكثير من الكتاب إلى أن هذه الوكالات هي السبب الأساسي في الاختلال القائم في تدفق المعلومات على النطاق الدولي.

إلى أي مدى تتحمل وكالات الأنباء الغربية الكبرى مسؤولية الاختلال الإخباري على المستوى الدولي؟

هل يوجد اختلال كمي فعلاً على هذا النحو وبهذه الدرجة؟

هل تتحمل مسئوليته وكالات الأنباء الدولية؟

هل تحتكر هذه الوكالات بالفعل جمع وتوزيع الأنباء على النطاق الدولي؟

هل لا تحصل الدول النامية فعلاً على نسبة تتراوح ما بين 10% و20% فقط من التغطية الإخبارية لوكالات الأنباء؟

للإجابة على التساؤلات الآتية لابد من معرفة ما يلي:

إن وكالات الأنباء الدولية وغيرها من المؤسسات الإعلامية الدولية تلعب دوراً أساسياً في وضع أجندة الاهتمامات الأولويات للحكومات والمنظمات والرأي العام ذاته.

إن وكالات الأنباء الدولية الكبرى كانت وما زالت مرتبطة بحكومات دولها بشكل ما، وذلك لتأمين احتياجاتها من الاتصالات السلكية واللاسلكية ولضمان تأمين احتياجاتها من الدعم المالي.

وعلى هذا لا يمكن الفصل بين الأيدولوجيات السياسية للدول وبين وسائل الاتصال الدولية حيث تتضمن كل الأيدولوجيات افتراضات أو أطروحات محددة حول الدور المتصور لوسائل الاتصال الدولية.

في دراسة أجراها الجمال أثبتت ما يلي:

(1) إن وكالات الأنباء ما زالت تشكل المصدر الرئيس لأنباء الخارجية في الصحف العربية.

(2) وأظهرت الدراسة أن المصادر العربية هي المصدر الرئيس لأنباء العالم العربي

في الصحف العربية وتعتبر الوكالات الغربية المصدر الرئيسي لأنباء العالم

الأول في الصحف العربية.

- (3) وتمتد الصحف العربية على المصادر الغربية في استقصاء العالم الثاني.
- (4) وتعتبر الوكالات الغربية المصدر الرئيس لما ينشر في الصحف العربية من أنباء العالم الثالث، وفي هذا الصدد تأتي رويترز في المقدمة، تليها وكالة الأنباء الفرنسية وأخيراً الأمريكيتان.

ولا شك أن الدول النامية تتحمل قسطاً كبيراً من الاختلال الكمي في تدفق الأنباء على المستوى الدولي، وفي كثير من الأحيان هذه الدول هي التي تضع العراقيل بقصد أو بدون قصد.

وفي هذا السياق ذكرت وثيقة لليونسكو أن ثمة مشكلات تقنية لا نهاية لها في الدول النامية وأن ثمة عوامل تعرقل حلها (وأغلب هذه المشكلات ما زال قائماً حتى الآن):

- ندرة الموارد المالية التي تعاني منها الدول النامية بصفة عامة ومواردها الاتصالية بصفة عامة.
- نقص الكوادر الفنية المؤهلة في مجالات الاتصال والإعلام العديدة.
- انخفاض القدرة الإنتاجية للدول النامية في مجال معدات وأجهزة الاتصال.
- نقص المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها والمناسبة للمستهلكين المتوقعين في الدول المتقدمة.
- استعداد غير كاف من الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية في تطوير بنائها الأساسية في مجال الاتصال، حيث لم يحظ هذا المجال بالأولوية المناسبة في ميدان التعاون الدولي.

بعض الضعاليات التي تم اتخاذها لمواجهة الاختلال الكمي بسبب وكالات الأنباء الدولية والتي لم تثبت نجاعتها:

مجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز

أنشئ هذا المجمع في يناير 1975 بمبادرة من وكالة تانيوج اليوغوسلافية، ووجد دعما من مؤتمر القمة الخامس لحركة عدم الانحياز الذي عقد في كوتومبو في العام التالي وهذا المجمع ليس وكالة أنباء مستقلة ولكنه عبارة عن ترتيبات لتبادل الأنباء بين وكالات أنباء دول عدم الانحياز التي تتضمن ما يجري في الدول النامية في المجالات المختلفة والتي لا توفرها وكالات الأنباء الدولية ومن ثم فهذا المجمع ليس بديلا عن وكالات الأنباء الدولية الكبرى وليس في استطاعته أن ينافسها.

وكالة الأنباء الإفريقية PANA

بدأ البحث في إنشائها منذ عام 1977 بهدف نشر الأنباء الإفريقية في المجالات المختلفة بين دول القارة وكان مقررا أن تبدأ العمل في 1980 ولكن تعثر الإجراءات حال دون ولادتها.

الإنتربريس سيرفيس

وتعتبر من أفضل أشكال التعاون بين رجال الإعلام المنتمين للدول النامية خاصة في دول أمريكا اللاتينية وقد تأسست عام 1964 كمنظمة دولية بهدف تنمية فهم صحيح لحقيقة الأوضاع الثقافية والسياسية والاقتصادية في دول العالم الثالث وهي منظمة تعاونية لا تهدف للربح وتسعى لإسمااع أصوات دول العالم الثالث.

ثانياً تجاهل طبيعة وحدود عمليات الوكالات الدولية.

توجه الدول النامية انتقادات لوكالات الأنباء بأنها لا تنشر الحقيقة كاملة وتركز اهتماماتها بمناطق معينة وبأشكال معينة من الأنباء.

ولرد على ذلك ينظر إلى أن وكالات الأنباء مرتبطة بحكوماتها وتسعى لخدمة المصالح الإستراتيجية لنظمها الدولية فإن دور هذه الوكالات يتبغى ألا يغفل طبيعتها كمنظمات خاصة ولدت وتعمل في نظام اقتصادي حر بهدف تحقيق أرباح.

ثالثاً: وكالات الأنباء الدولية ومسئوليتها عن الاختلال الكيفي.

حددت الدول النامية جوانب مشكلة الاختلال الكيفي في تدفق الأنباء على النحو التالي:

1. هيمنة فعلية ورغبة في السيطرة تتضح في عدم الاهتمام الملحوظ لدى وسائل الإعلام في الدول المتقدمة ولا سيما في الدول الغربية بمشكلات الدول النامية.
2. نقص في المعلومات عن الدول النامية نتيجة لان وسائل الاتصال الدولية المتقدمة تفرض طريقتها الخاصة في رؤية العالم للبلدان النامية.
3. تتلقى الدول النامية رسائل إعلامية لا تناسبها حيث لا تأخذ وسائل الإعلام الكبرى في الحسبان الأهمية الموضوعية الحقيقية لرسائلها الإعلامية ولا تهتم باحتياجات واهتمامات الدول النامية.

لابد من التفريق بين ثلاثة أنواع من التشويه:

أولاً: معلومات يشوهها مصدرها عن عمد:

فقد تتولى وكالات الأنباء ووسائل الاتصال نقل أنباء صادرة مشوهة أو محرفة أصلاً عن مصدرها ولا تقع مسئوليتها على أية وكالة أو وسيلة اتصال وليس في مقدورها أن تثبت من صحة وصدق كل ما تحصل عليه من أنباء.

ثانياً: معلومات تشوهها الوكالات عن عمد:

وتعترف وكالات الأنباء بأنها تنقل أنباء محرفة في بعض الأحيان، ولكنها تنفي أنها تحرفها عن عمد، ولابد هنا من التركيز هنا أن وكالات الأنباء الدولية مثلها مثل كل وسائل الاتصال في العالم تنقل الأنباء بطريقة معينة خدمة لمصالح معينة، ولكن مع الأخذ في الاعتبار أنه ليس كل البرقيات محرفة.

ثالثاً: معلومات تشوه عن غير عمد لأسباب سيكولوجية ومهنية.

ويرجع ذلك لسببين:

الأول: أن هذا النوع من التحريف يلازم طبيعة عمل الوكالات ووسائل الاتصال على النطاق الدولي.

الثاني: أنه يوصف خطأ بأنه تحريف متعمد أو قصور متعمد في الخدمات الإخبارية التي تقدم لدول العالم الثالث.

وتتلخص شكوى دول العالم الثالث في هذا الصدد فيما يلي:

إنها لا تحصل على ما تحتاجه من أنباء ومعلومات وإنما تتلقى رسائل إعلامية لا تناسبها.

أن أنبأها ومعلوماتها لا تلقى الاهتمام الكافي من قبل وسائل الإعلام في الدول المتقدمة وغالبا ما تكون محرفة.

وينبغي في تقديرنا عند مناقشة هذه المشكلة مراعاة الاعتبارات التالية:

1. إن القول بأن نظام تملك ومراقبة النشر الجماهي والضوري للأخبار وصالح اقلية يعد اليوم مسئولاً عن التأثير في صياغة الشعوب لتصوراتها فحسب بل كذلك في الطريقة التي تعيش بها هذه الشعوب يمثل حكما غير دقيق يماثل في عدم دقته القول بأن الحفاظ على القيم وعلى الذاتية الثقافية أصبح أكثر صعوبة في ظل الاختلال القائم وذلك لعدة أسباب أهمها:

1. أنه يتجاهل طبيعة الوكالات ووسائل الاتصال الدولية وحدود وظائفها وإمكانياتها.

2. أن هذه الوكالات ووسائل الاتصال الدولية ليس من مهامها إشباع الاحتياجات الخاصة بكل دولة.

3. من الصعب فرض أية أنماط ثقافية أو فلسفية على أية دولة في المجتمع المعاصر؛ إلا إذا كانت هذه الأنماط تلقى ترحيبا من الداخل.

4. إن صح وجود تغطية غير كافية، فإن الوكالات ووسائل الاتصال الوطنية تتحمل جزءا من المسؤولية نظرا لأنها أحد مصادر أنباء الوكالات الدولية.

5. أنه يفضل طبيعة العملية الاتصالية والتغطية الإخبارية التي تتم على النطاق الدولي.

ب. تتحمل دول العالم الثالث مسؤولية أساسية في الاختلال الكيفي حيث يقوم العديد من الناشرين والمحريين باختيار المادة الإعلامية على عاتقهم من وكالات الأنباء.

ج. يعد الخلاف حول مضمون الإعلام الدولي أحد المكونات الأساسية للخلاف الفلسفي بين الشرق والغرب وبين الشمال والجنوب.

ولا خلاف على وجود الاختلاف الكيفي ولكن الخلاف يدور حول قضيتين هامتين:

- أولاهما: مدى حجم المشكلة.

- ثانيهما: تفسير المشكلة.

أولا: حجم مشكلة الاختلال الكيفي.

على الرغم من صحة بعض انتقادات الدول النامية فإن مشكلة الاختلال الكيفي ليست بالضرورة بالصورة التي تصورها بعض الكتابات حيث تتشابه برقيات الوكالات إلى حد كبير مع ما تنشره الصحف، ولكن في النهاية تتحمل الوكالات مسئولية ثانوية إذا قورن دورها بدور حراس اليووبات الذين يقررون ما ينشر بالفعل.

ثانيا: تفسير مشكلة الاختلال الكيفي

يوجد ثلاثة أسباب رئيسية لمشكلات الاختلال الكيفي هي:

- طبيعة ممارسة العملية الاتصالية على النطاق الدولي.
- يتبغى التركيز على عمليات الانتقاء المتعمدة كسبب مستقل.
- الممارسات والقيود التي تفرضها بعض دول العالم الثالث على تدفق الأنباء منها وإليها.

عندما تعيد الوكالات بث الأنباء التي قلقتها من مراسليها فإنها تقوم أيضا بالانتقاء وغريلة الأنباء في ضوء الاعتبارات الآتية:

- احتياجات واهتمامات أسواقها الأكثر ربحا.
- مراعاة حجم المساحة المخصصة لخدماتها الإخبارية في وسائل الاتصال المختلفة.

ليست طبيعة الممارسات المهنية قاصرة على عمليات الانتقاء فقط وإنما قد تمتد هذه الممارسات إلى تشويه مضمون الرسالة الإعلامية التي تتناول أطرافاً دولية بأحد الأشكال الآتية:

- إيجاز الأحداث التي ليس لها أهمية حقيقية، أو المزج بين النواذر وبين ما هو بعيد الصلة عن الموضوع، أو ما يعتبر مثيراً للإعجاب في الدول المتقدمة مع الجوانب التي لها أهمية قومية.
- تركيب الأنباء عن طريق تجميع حوادث منفصلة وتقديمها ككل متكامل أو وصف جزء بسيط من الحقائق وتقديمه على أنه الحقيقة كلها.
- تكييف الأحداث تكييفاً خاصاً قبل نشرها وذلك بعرض وقائع معينة بطريقة تثير مخاوف مغالى فيها.
- التركيز على الموضوعات التي لا تهتم القراء ومعالجة قضايا تافهة.

المبحث الخامس وكالات الأنباء المتعددة الجنسيات

وهي وكالات يشترك في المساهمة فيها وفي ملكيتها والانتماء إليها عدد من وكالات الأنباء ذات الجنسيات المختلفة ومن أهمها:

1. الكارتل: هو نظام قديم يدرج ضمن وكالات الأنباء المتعددة الجنسيات، فقد قام هذا الكارتل عام 1876 بين ثلاث وكالات أنباء وهي هافاس الفرنسية، وولف الألمانية، رويترز البريطانية، وسرعان ما انضمت إليها وكالة الأسوشيتد بريس الأمريكية، وقد اتفقت الوكالات المذكورة على تنسيق أعمالها لتجنب المنافسة. وقد تم تقسيم العالم إلى مناطق نفوذ بين وكالات الأنباء الأربعة، وفقا لمتطلبات النفوذ السائدة وقتذاك سياسيا واقتصاديا، يكون لكل وكالة الحق الكامل في جمع وتوزيع الأخبار فيها.

2. إتحاد وكالات الأنباء الأوروبية: أنشئ عام 1924 في برن بسويسرا وتوقف في سنوات الحرب العالمية الثانية، واستعاد نشاطه مرة أخرى عام 1957 في ستراسبورج بفرنسا، حيث تحول إلى "الرابطة الأوروبية لوكالات الأنباء" وتضم 17 وكالة أنباء في دول: ألمانيا، النمسا، الدانمارك، بلجيكا، إسبانيا، فنلندا، فرنسا، إيطاليا، النرويج، هولندا، السويد، سويسرا، اليونان، تركيا، البرتغال، يوغسلافيا، بلغاريا.

وتعتبر وكالات الأنباء أعضاء هذه الرابطة، مستقلة عن الحكومات والسلطات الرسمية في دولها، وتعمل الرابطة على قيام الأعضاء بتبادل الأخبار والخبرات في المجالات الصحفية، والتكنولوجية، والإدارية.

3. إتحاد وكالات الأنباء العربية (F.A.N.A): استلها ما لروح ميثاق جامعة الدول العربية، وتحقيقا للقاء العربي في كافة المجالات، ورغبة صادقة في قيام علاقات وثيقة منتظمة بين سائر وكالات الأنباء العربية وتيسيرا لعملها

وتقوية له، فقد قرر ممثلو وكالات الأنباء العربية، الذين اجتمعوا على هيئة جمعية تأسيسية في القاهرة من 24 إلى 28 أكتوبر 1964 أن "ينشأ في نطاق جامعة الدول العربية، إتحاد يضم وكالات الأنباء الوطنية في البلاد العربية، يسمى إتحاد وكالات الأنباء العربية، وتكون له الشخصية القانونية" ومن بين أهداف الإتحاد:

- تعميق روح التضامن العربي، ومراعاة الموضوعية لاكتساب ثقة المواطن العربي، والرأي العام العالمي.
- انتهاج خط إعلامي يخدم القضايا العربية والإسلامية، وقضايا التحرر في العالم.
- الحث على عقد الاتفاقات الثنائية بين الوكالات.
- تقديم كافة التسهيلات الفنية والمادية والخبرات المتطورة للوكالات الناشئة خصوصا وكالة الأنباء الفلسطينية.
- دعوة السلطات المختصة في كل دولة عربية لاتخاذ ما يلزم من خطوات لتسهيل مهمة مراسلي وكالات الأنباء العربية فيها، والعمل على تخفيض أسعار البرقيات الصحفية.

وينص النظام الأساسي على أن الجمعية العامة، والأمانة العامة، هما الجهازان الرئيسيان للإتحاد هذا وعقدت الجمعية العامة للإتحاد مؤتمرها الثالث في الفترة من 6 إلى 8 نوفمبر 1974 في بيروت، حيث تم انتخاب هيئة الأمانة العامة، والأمين العام للإتحاد وقرر أن يبدأ العمل الفعلي للإتحاد في بداية عام 1975 في مقره ببيروت.

ويعمل الإتحاد على فتح مكاتب عربية مشتركة في أوروبا، تشرف عليها إحدى الوكالات العربية، وتشارك فيها الوكالات الأخرى، وتم بالفعل فتح مكتب في بون الألمانية تحت إشراف وكالة تونس إفريقيا للأنباء ومكتب آخر في فيينا

وتشرف عليه وكالة الأنباء العراقية ومكتب ثالث في مدريد تشرف عليه وكالة المغرب العربي للأنباء.

ولضمان التدفق الإعلامي الحريين الدول العربية، وتعريف الدول العربية للعالم، وتعريف أبناء الأمة العربية بدولها أوصت هيئة الأمانة العامة بإعداد دراسة لتحديد يوم معين تنشر فيه جميع الوكالات العربية أخبار بلد عربي معين من مختلف النواحي باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، وحسب التسلسل الأبجدي المعتمد في جامعة الدول العربية.

هذا ويضمن لإتحاد كل وكالات الأنباء الرسمية في الدول العربية العضوة في جامعة الدول العربية.

4. وكالة أنباء الخليج: تأسست هذه الوكالة بموجب الاتفاقية المعقودة بين دول الخليج العربي بتاريخ 9 جمادى الثانية 1396 هـ الموافق لـ 07 جوان 1976م، وهي مؤسسة عامة تتمتع بالشخصية القانونية ومركزها الرئيسي مدينة المنامة عاصمة البحرين.

وتضم الوكالة الدول التي صدقت على اتفاقية إنشائها وهي حكومات كل من العراق، الإمارات العربية المتحدة، البحرين، السعودية، العراق، سلطنة عمان، قطر، الكويت.

هذا وقد اكتفت البحرين بوجود هذه الوكالة في عاصمتها، ولم تنشئ وكالة محلية خاصة بها. ولم تبدأ الوكالة البث الشعلي إلا يوم 18 مارس 1978. ومن بين أهداف الوكالة ما يلي:

- تعريف الرأي العام العالمي بأحداث منطقة الخليج العربي وقضاياها وإنجازاتها وتطلعاتها.
- إبراز الوجه الحضاري لطموح الإنسان الخليجي وإنجازاته في كافة المجالات.

- تغطية أهم الأحداث العالمية ذات العلاقة بدول المنطقة.
- اتباع سياسة إخبارية تدعم الشعور باستقلال دول المنطقة، وتنسيق مواقفها تجاه القضايا المشتركة.
- المساهمة في إيصال صوت المنطقة إلى العالم أجمع.

ويتألف الهيكل التنظيمي للوكالة من: مجلس الإدارة، المدير العام، المدير العام المساعد، قطاع التحرير، إدارة شؤون الهندسية، إدارة شؤون المالية والإدارية، قسم العلاقات العامة.

كما تتعاون وكالات الأنباء في الدول الأعضاء مع وكالة أنباء الخليج بتزويدها بالأخبار، هذا وتقوم الوكالة بتضمين نشرتها الإخبارية بأخبار كافة أقطار الدول الأعضاء في الوكالة بمعدل خمسة أخبار لكل منها.

5. وكالة الأنباء الإسلامية الدولية (I.I.N.A): برزت الفكرة الأولى لإنشاء وكالة أنباء إسلامية دولية في الخمسينات من القرن 20م وذلك ليكون للعالم الإسلامي وحداته الإخبارية الخاصة به، ولتنقل أحداث العالم الإسلامي للرأي العام الإسلامي، وبعد عقد المؤتمر الإسلامي في كراتشي الباكستانية عام 1950 حصلت الفكرة على تأييد قوي، واتخذ قرار لبدء المشروع الخاص بها. وبناء على دعوة الحكومة الإيرانية، اجتمعت لجنة تضم ممثلين لوكالات الأنباء ووزارات خارجية 15 دولة إسلامية منها الجزائر ومصر وتركيا وإيران وماليزيا.... وقد وضعت اللجنة الميثاق لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية على أن تكون مدينة طهران مركزاً رئيسياً للوكالة. ومن أهداف الوكالة هي:

- نشر التراث الثقافي الإسلامي الضخم والحفاظ عليه.
- توثيق العلاقات بين الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي.
- تنمية الصلات المهنية والتعاون الفني بين وكالات الأنباء للدول الأعضاء.
- العمل في سبيل توحيد أهداف العالم الإسلامي.

- العمل على خلق وعي أكبر بين الشعوب الإسلامية، لما تواجهه من مشاكل سياسية واقتصادية واجتماعية.
- تسهيل تبادل المعلومات ذات أهمية بالنسبة للعالم الإسلامي.
- تسهيل عملية تبادل المراسلين والصحفيين.

هذا وتتكون وكالة الأنباء الإسلامية الدولية جهازين هما:

1. الجمعية العمومية: وتتألف من ممثلي وكالات الأنباء الوطنية.
2. المجلس التنفيذي: يعمل على متابعة ومراقبة نشاط الوكالة الإعلامي، وتسيير أمورها الفنية والمالية والإدارية.

ومن موضوعات الوكالة:

- البحوث التاريخية ذات الصلة بالتاريخ الإسلامي.
- تغطية المؤتمرات الإسلامية.
- استعراض ما ينشر من مؤلفات حول الإسلام والمسلمين.
- النواحي الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية في الدول الأعضاء.

كما تقدم الوكالة خدمات متنوعة منها، نشرة الأخبار اليومية باللغات العربية، الإنجليزية والفرنسية ونشرة الأخبار الأسبوعية. والتحقيقات الصحفية حول الدول الأعضاء.

أما فيما يتعلق بعدد الدول الأعضاء في وكالة الأنباء الإسلامية فيبلغ 41 دولة هي: أفغانستان، الجزائر، البحرين، بنغلاديش، الكامبيرون، تشاد، مصر، الغابون، غامبيا، غينيا، غينيا الاستوائية، إندونيسيا، إيران، الأردن، الكويت، لبنان، ليبيا، ماليزيا، مالي، موريتانيا، المغرب، عمان، باكستان، قطر، السعودية، السنغال، سيراليون، الصومال، السودان، سوريا، تونس، تركيا، أوغندا، الإمارات، بوركينا فاسو، اليمن، العراق، فلسطين، جزر المالديف، جزر القمر.

6. وكالة الأنباء الأفريقية: تعتبر الوكالة نموذجا لوكالة الأنباء متعددة الجنسيات التي أقيمت على المستوى القاري، حيث تضم في عضويتها كافة وكالات الأنباء الوطنية في الدول الأفريقية. وقد جاءت فكرة إنشاء الوكالة عام 1963 في المؤتمر التأسيسي لمنظمة الوحدة الإفريقية، وظلت فكرة إنشاء الوكالة تنتقل من لجنة إلى أخرى، ومن سنة إلى أخرى، إلا أن أقر المؤتمر الثاني لوزراء الإعلام الأفارقة الذي عقد في أديس بابا في الفترة من 4 إلى 9 أبريل 1979 معاهدة إنشاء الوكالة الإفريقية للأنباء ومن أهداف الوكالة ما يلي:

- العمل على تحقيق أهداف وغايات منظمة الوحدة الأفريقية لتعزيز الاستقلال والوحدة والتضامن الأفريقي.
- التعريف بنضال الشعوب الواقعة تحت الاحتلال.
- العمل على تشجيع تبادل الأخبار في كافة المجالات بين الدول الأعضاء.
- العمل على تشجيع الاندماج الأفريقي.
- العمل على تصحيح الصورة المشوهة لأفريقيا.
- إنشاء بنك المعلومات حول أفريقيا.
- المساهمة في تطوير وكالات الأنباء الوطنية القائمة، ومساعدة الوكالات الناشئة.
- التعاون مع مؤسسات الإعلام الأفريقية من إذاعة وتليفزيون.

هذا وقد تقرر إنشاء خمسة مجتمعات إقليمية في القارة الأفريقية وهي:

- المجمع الإقليمي لشرق أفريقيا: ومركزه الخرطوم بالسودان وتضم: جزر القمر، جيبوتي، إثيوبيا، كينيا، مدغشقر، مريشيوس، سيشل، الصومال، السودان، تنزانيا، أوغندا.
- المجمع الإقليمي لغرب أفريقيا: ومركزه في لاجوس بنيجيريا ويضم: بنين، الرأس الأخضر، ساحل العاج، غامبيا، غانا، غينيا، غينيا بيساو،

بوركينافاسو، ليبيريا، مالي، موريتانيا، النيجر، نيجيريا، السنغال، سيراليون، توغو.

- **المجمع الإقليمي بوسط أفريقيا:** ومركزه الرئيسي في كينشاسا بالكونغو الديمقراطية ويضم: أنغولا، بورندي، الكامرون، تشاد، الكونغو، غينيا الإستوائية، الغابون، جمهورية أفريقيا الوسطى، رواندا، ساوتومي وبرنسيب، الكونغو الديمقراطية.

- **المجمع الإقليمي لشمال أفريقيا:** ومركزه في طرابلس بليبيا ويضم: الجزائر، مصر، ليبيا، تونس، المغرب.

- **المجمع الإقليمي لجنوب أفريقيا:** ومركزه في لوزاكا بزامبيا ويضم: بتسوانا، ليسوتو، مالاوي، موزمبيق، سوازيلاند، زامبيا، زيمبابوي. هذا إضافة إلى مكاتب فرعية في كل من تونس، هراري، أديس بابا، نيروبي، ومكاتب خارجية مثل لندن، نيويورك، باريس، موسكو.... وكان يوم 25 ماي 1983 هو اليوم الأول لتشغيل وكالة الأنباء الأفريقية.

7. **وكالة الأنباء الآسيوية (ANS):** أنشئت بهدف تحقيق التبادل الإخباري بين 17 وكالة أنباء آسيوية، في محاولة من هذه الدول لكسر احتكار وكالات الأنباء الإقليمية والعالمية، وقد تأسست رسميا في أوائل عام 1970 بين مجموعة من الصحفيين، ومارست هذه الوكالة عملها بالفعل في مارس 1973 هذا ولم تحقق الوكالة تقدما في نشر أخبار آسيا بسبب قلة الموارد المالية، واقتصر عملها على عقد المؤتمرات والندوات.

8. **متظمة وكالات انباء آسيا والباسفيك (OANA):** تأسست هذه المنظمة متعددة الجنسيات في عام 1961 للعمل على تعزيز التعاون وتأمين التبادل الحر للأخبار بين وكالات انباء المنطقة وكان عدد أعضائها ثمانى وكالات انباء تمثل: اليابان، الهند، سيريلانكا، الفلبين، اندونيسيا، ماليزيا، باكستان تايلاند، وتتخذ سيريلانكا مقرا لها.

وتتكون المنظمة من الجمعية العمومية والمجلس التنفيذي، هذا وتضم الوكالة حاليا (عام 2002) في عضويتها 37 وكالة أبناء موجودة في 30 دولة هي: أفغانستان، أستراليا، بنغلاديش وممثلة بوكالتين، كامبوديا، الصين، كوريا الشمالية، الإمارات العربية المتحدة، الهند ممثلة بثلاث وكالات، اندونيسيا، إيران، اليابان ممثلة بوكالتين، كازاخستان ممثلة بوكالتين، الكويت، كيرغيزستان، لاوس، ماليزيا، متفونيا، نيبال، عمان، باكستان ممثلة بوكالتين، الفلبين، قطر، كوريا الجنوبية، روسيا والممثلة بوكالتين، السعودية، سيريلانكا، تايلاند، تركيا، فيتنام.

9. وكالة معلومات أمريكا اللاتينية: صدر قرار إنشاء الوكالة في عام 1970، وقد أصدرت الوكالة أول خدمة إخبارية دولية لها في جويلية 1971، وهي تجمع بين أخبار أمريكا اللاتينية، وأخبار الدول الأجنبية، وتتكون الوكالة من صحف مستقلة في كل من البرازيل، تشيلي، كولومبيا، الإكوادور، بوليفيا، المكسيك، كوستاريكا، بيرو، فنزويلا.

10. وكالة الأنباء الكاريبية (CANA): تعتبر هذه الوكالة نتاج التكامل في منطقة الكاريبي وقد بدأ العمل في الوكالة في جانفي 1976 وهي وكالة أبناء مستقلة تعاونية ويشترك في ملكيتها أربع صحف وثمانية محطات إذاعية وتليفزيونية في المنطقة ومركزها باريادوس.

ومهمة الوكالة هي تعزيز التعاون والتكامل والتفاهم بين شعوب الكاريبي من ناحية، وشعوب العالم من ناحية ثانية.

وتوجد مكاتب الوكالة الإقليمية في: الدومينيكا، غرينادا، غوايانا، جاميكا، سانت لوسيا، ترينيداد وتوباغو.

11. مجمع وكالات أبناء دول عدم الانحياز: تأسست في جانفي 1975 وتضمن وكالات أبناء الدول التالية: المكسيك، إندونيسيا، ماليزيا، قطر، العراق، كينيا، كوبا، إثيوبيا، مصر، زامبيا، السودان، يوغسلافيا (سابقا)، ليبيا،

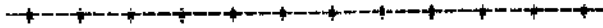
الجزائر، المغرب، هانا، فانزانيا، بنغلاديش، نيبال، الفيتنام، سيريلانكا، وتتكون من لجنة التنسيق والمجلس الحكومي. ومن أهداف المجمع هو تحقيق التعاون والتبادل الإخباري بين دول الحركة وتحقيق نظام إعلامي جديد لمواجهة وكالات الأنباء الغربية وتحسين وتوسيع التبادل الإعلامي المشترك. والجدير بالذكر أن مجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز ليس مؤسسة قائمة بذاتها، فليس له مقر رسمي، وليس له ميزانية مستقلة وإنما يقوم بيت الأخبار المذاعة من وكالات الأنباء الأعضاء في أوقات محددة.

12. رابطة وكالات أنباء البحر الأبيض المتوسط: تأسست في 27 جويلية 1994 ومقرها في روما بإيطاليا، وتضم في عضويتها 17 دولة من دول البحر الأبيض المتوسط.

وتتكون الرابطة من الجمعية العمومية، الرئيس، نائبي الرئيس، السكرتير العام، لجنة المتابعة.

والدول الأعضاء في الرابطة هي: فرنسا موريتانيا، إيطاليا، الجزائر، إسبانيا، ليبيا، المغرب، مصر، لبنان، سوريا، تونس، فلسطين، تركيا، اليونان، ألبانيا، قبرص، البرتغال. ومن أهداف الرابطة هي تبادل الأخبار بين الوكالات الوطنية للدول الأعضاء والتنسيق فيما بين هذه الأعضاء.

﴿ الفصل السابع ﴾



الإذاعة الدولية

الفصل السابع

الإذاعة الدولية

مقدمة:

تمكن الراديو من اختراق الحدود بين الدول، واختزل المسافات بين القارات، وأصبح العالم كما يقول مارشال ماكلوهان قرية عالمية، واستطاعت التقنيات التكنولوجية أن تجعل هذه القرية بناية واحدة أو بيتا واحدا، وأصبح العالم اليوم بين أصابعك.

بدأت التجارب الأولى لنقل الصوت عبر الأثير تعود إلى عام 1890، وظل الصوت في الإطار المحلي حتى تمكن هواة الراديو من اكتشاف خصائص الموجات القصيرة، وأمكن الإرسال من أمريكا إلى أوروبا على تردد مائتي متر عام 1921، وفي عام 1923 أمكن الإرسال باستخدام تردد مائة متر، وتم استخدام الراديو للمرة الأولى لإغراض سياسية حينما عينت جريدة لندن تايمس مراسلها الحربي (لي دي فورست عام 1904 - 1905 Lee De Forest)

وتم استخدام الراديو لأغراض عسكرية للمرة الأولى عام 1905 عندما استخدمت روسيا الراديو في الاتصال البحري، كما تم استخدامه في الحرب العالمية في التجسس والعمليات الاستطلاعية، كما فعل الحلفاء عندما اسقطوا أجهزة ماركوني على الأراضي الألمانية المحتلة، واستخدم الألمان الراديو لضك الحصار وقطع الكابلات التي تربط ألمانيا بالعالم الخارجي، واضطرت ألمانيا لاستخدام (كود موريس) لعملائها في العالم الخارجي، كما قامت أمريكا بنقل مقترحات الرئيس الأمريكي (ولسن) الخاصة بالسلام إلى ألمانيا باللاسلكي، وظل استخدام الراديو وسيلة للنقل ويتطور تدريجيا ليصبح وسيلة للدعاية وهو ما أدركه الروس الذين استخدموا الراديو للوصول إلى الجماهير في الداخل والخارج حين أذاعت السفينة

الروسية (أورورا Aurora) رسائل من لينين إلى المواطنين في روسيا وإلى الخارج، وكان لينين يصف الراديو صحيفة بون ورق وبدون حدود⁽¹⁾.

تطور الاستخدام الدولي للإذاعة مع إنشاء أول إذاعة موجهة من موسكو إلى الخارج باللغة الانجليزية عام 1917 ثم بلغات مختلفة بلغت خمسين لغة، ولحقت بها ألمانيا التي وجهت إذاعاتها إلى أوروبا وأمريكا الشمالية باللغة الألمانية والانجليزية ابتداء من عام 1933، كما أنشأت إيطاليا إذاعة ياري Bari باللغة العربية إلى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وهو ما دفع بريطانيا إلى إنشاء إذاعتها الموجهة باللغة العربية في 1938/1/3، وهي أول إذاعة موجهة بلغة غير انجليزية⁽²⁾.

ونلاحظ أن الحرب العالمية الثانية ساهمت بدور كبير في استخدام الراديو على النطاق الدولي، وكانت الدول التي تستخدم الراديو الموجهة للدول الأخرى قبل الحرب العالمية الثانية 25 دولة وصلت إلى 55 دولة عند نهاية الحرب ومن تلك الدول اليابان وأستراليا وبلجيكا وبلغاريا والصين والدنمارك وفنلندا وهولندا والنرويج وغيرها.

تعريف الإذاعة الدولية:

هي الإذاعة التي تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى شعوب دول أخرى وليست للجمهور المحلي، ويطلق عليها في بعض الدول العربية "الإذاعة الموجهة" وهي غير الدعاية⁽³⁾.

الإذاعة الدولية لا تقتصر فقط على الإذاعات الموجهة التي تبثها الدولة إلى شعوب غيرها من الدول، بل يمتد مفهوم الإذاعة الدولية ليشمل أنماطاً أخرى من

(1) نظراً د. جيهان رشدي- الإعلام الدولي.

(2) نظراً د. فاروق أبو زيد- جهاز النظام الإعلامي الدولي.

(3) محمد فتحي... عالم بلا حواجز في الإعلام الدولي.

البث الإذاعي، مثل تبادل البرامج بين دولتين أو أكثر، أو إعادة بث البرامج على موجات الدولة المستقبلية، وهناك إذاعات (قراصنة الأثير) Pirate Stations.

وهي غير المصرح بها وتثبت من خارج حدود الدولة المستهدفة، وهناك الإذاعات الموجهة من الدولة إلى قواتها المسلحة خارج الحدود، وهناك إذاعات الأمم المتحدة بأكثر من 28 لغة لجميع أنحاء العالم، ومن الإذاعات الدولية كذلك الإذاعات الدينية التابعة لبعض الدول أو الهيئات والمنظمات والجمعيات الأهلية إلى مناطق مختلفة من العالم وهذه الإذاعات الدولية تخضع بشكل مباشر إلى الدولة التي تبثها باعتبارها أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة، ومنها كذلك الإذاعات التجارية التي تعتمد في تمويلها على الإعلانات مثل إذاعة لكسمبورج، وإذاعة موناكو (مونت كارلو)، وبذلك فإن الإذاعة الدولية وسيلة لتعزيز النفوذ السياسي والتجاري والمكافسة الدولية، وهي سلاح فعال في الدعاية السياسية والأيديولوجية⁽¹⁾.

الأسباب التي تدفع الحكومات إلى إنشاء الإذاعات الدولية:

- الإبقاء على صلات مستمرة مع مواطنيها عبر البحار وتزويدهم بأنباء الوطن والاحتفاظ معهم بعلاقات ثقافية.
- تقديم تغطية إخبارية منتظمة للأحداث الوطنية والدولية كخدمة لهؤلاء الذين لا تصلهم ما تعتبره الإذاعة المرسلة أنباء موضوعية.
- تقديم صورة على الصعيد الدولي للحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للدولة بما يدعم من اهتمام المستمع وتفهيمه لانجازاتها الحضارية.
- نشر السياسات الوطنية ومواقف الدولة بإزاء الأحداث الجارية والشئون الدولية.

(1) لمزيد إلى المراجع للكتابة:

- د. فاروق أبو زيد - النهار للنظام الإعلاني الدولي.

- د. جوهان رستي - الإعلام الدولي.

- تعزيز المصالح الوطنية والمكانة القومية والاحتفاظ بعلاقات مع المواطنين في الخارج.
- دعم التفاهم والموضوعية والترويج لعقيدة أو مذهب معين.
- دعم الثقافة القومية بما في ذلك تعليم اللغة والاحتفاظ بمكان على الخريطة الإذاعية لاحتمال الحاجة إليها في المستقبل.

أهداف الإذاعة الدولية:

نشرت هيئة اليونسكو تقريراً عن الإعلام الدولي جاء فيه:

"يبدو أن هناك اتفاقاً عاماً بين الدول على أن أهداف الإذاعات الدولية هي تقديم أفضل صورة من صور الثقافة القومية، والإخبار القومية للدولة المصدرة للإذاعة في المسائل الدولية الهامة وتعزيز التفاهم الدولي".

ويقول أحد الخبراء في الفن الإذاعي:

"أن المحرك الأول في عقد الاتفاقيات الدولية في شأن استخدام الراديو لم يكن مجرد البحث عن المثل العليا بل المنفعة الذاتية، فهي أساس الحقيقة التي كتبها "دستوفسكي" عام 1980، من أن العالم يتجه نحو الاتحاد، ونحو تكوين مناخ صحي يتغلب على المسافات التي تفصل بعضه بعضاً، وباستخدام وسائل لنقل الأفكار عبر الأثير⁽¹⁾".

يلخص الدكتور عبد الله زلطة أهداف الإعلام الدولي كما يلي:

- التعريف بحضارة وثقافة ومبادئ الدولة المانكة للإذاعة
- عرض الأنباء العالمية بموضوعية بعيداً عن التحيز

- شرح وتفسير وجهة نظر الدولة التي تقوم على الإذاعة حول المشكلات والقضايا التي تهم الرأي العام العالمي
- تعميق التفاهم الدولي وبرز الأهداف والمصالح المشتركة
- تنشيط الوعي القومي والتحرري لدى بعض الدول القومية

إيجابيات الأدوار التي تقوم بها الإذاعة الدولية:

• الإيجابيات:

- نشر الأخبار العالمية وتفسيرها.
- التوعية والتثقيف وتنوير الرأي العام العالمي بالأحداث الدولية.
- التعريف بحضارات وثقافات الشعوب
- تعزيز الوفاق الوطني.

• السلبيات:

- أداة من أدوات السياسة الخارجية ووسيلة لتعزيز نفوذها السياسي
- سلاح في الدعاية السياسية والأيدولوجية.
- أداة في تحقيق الحرب النفسية.

سيطرة الدول الكبرى على الإذاعات الدولية:

رغم أن بعض الدول النامية تبث عدداً لا بأس به من الإذاعات الدولية ويساعات غير قليلة، إلا أن السيطرة ما زالت معقودة للدول الكبرى على عشرات الملايين من المستمعين للإذاعات الدولية وذلك بفضل ما تملكه إذاعات الدول الكبرى من إمكانيات تكنولوجية متقدمة فضلاً عما يتوافر لديها من إمكانيات مادية وبشرية وما تستخدمه من أساليب فنية وسيكولوجية متطورة في جذب أكبر عدد من المستمعين.

راديو موسكو يوجه إذاعات للدول الأجنبية في جميع أنحاء العالم بحوالي 2010 ساعات في الأسبوع.

تحتل الولايات المتحدة المركز الثاني في مجال الإذاعات الدولية حيث تبث أكثر من 1900 ساعة أسبوعياً ومن أهم هذه الإذاعات صوت أمريكا.

تحتل جمهورية الصين الشعبية المركز الثالث في حجم الإذاعات الدولية وتبث حوالي 1500 ساعة أسبوعياً.

كل الدلائل تشير إلى استخدام هذه الإذاعات كأداة للدعاية السياسية ويقول "هربرت شيلر" إن إذاعة صوت أمريكا مثلاً لا تسعى إلا لشيء واحد وهو أن تضع الوقائع والأحداث الدولية وفي صورة تخدم المصالح الأمريكية عند الجمهور الأجنبي.

الإذاعات الدولية الموجهة والسرية:

وفي هذه الفقرة نتحدث عن الإذاعات الموجهة بشقيها (العلنية والسرية)، فما هي الإذاعات الموجهة وما أسباب إنشائها؟ وما أنماطها؟ وما دوافع الاستماع إلى هذه الإذاعات؟ ولماذا الإذاعات السرية؟ وما مدى تأثيرها؟ وكيف تطورت هذه الإذاعات مع تطور التكنولوجيا والحياة بوجه عام؟

تعريف الإذاعات الموجهة:

بوجه عام: هي الإذاعات التي توجه من دولة إلى أخرى، وتلك الإذاعات التي يمكن الاستماع إليها في نطاق جغرافي معقول وإن كانت موجهة إلى دولة أو منطقة محددة، وقد توجه هذه الإذاعات من قبل الحكومة بشكل رسمي، أو من خلال المحطات السرية أي بشكل غير رسمي.

يقصد بالإذاعات الموجهة تلك الإذاعات التي ترسل الصوت والموسيقى عبر مساحات واسعة وتستقبلها جماعات من الناس خارج حدود الدولة المرسله وبلغات مختلفة.

أنواع الإذاعات الموجهة،

1. إذاعات موجهة لإغراض سياسية ودعائية، وغالباً ما تكون خاضعة تماماً للسلطة، فهي الصوت الرسمي للدولة التي تبث هذه الإذاعة.
2. إذاعات موجهة لإغراض تجارية، وهدفها الكسب المادي عن طريق الإعلانات وغيرها؛ وهي تتمتع بقدر من الحرية في رسم سياستها، وغالباً ما تكون برامجها سياسية يقوم عليها شخصيات مدنية واعية.
3. إذاعات موجهة لإغراض دينية، وهي التي تسعى إلى الدعوة والإرشاد والتبشير والاستقطاب مثل راديو الفاتيكان.

دوافع الاستماع إلى الإذاعات الموجهة:

1. الدافع الأساسي هو البحث عن المعلومات الجديدة التي لا توفرها الإذاعات المحلية، والأساليب الجاذبة التي تستخدمها الإذاعات الموجهة مقابل ضعف أساليب الإذاعات المحلية وهشاشة برامجها.
2. الرغبة في الاستماع إلى وجهات نظر متعددة، لا توفرها الإذاعات المحلية التي يغلب على برامجها وجهة النظر المرتبطة بالسلطة المحلية.
3. جاذبية الكوادر العاملة في الإذاعات الموجهة، من خلال التنوع في الجنس والجنسية والتخصص والتجديد الذي يجعل المستمع يحاول التعرف على الكوادر الإذاعية.
4. تنوع البرامج والقضايا التي تعالجها وأساليب تقديمها وقوة البث الذي يصل إلى مناطق ومساحات واسعة ويستقبل الجمهور هذا البث بسهولة ويسر.
5. سلامة اللغة العربية الفصحى وسلامة الأداء وجمال الصوت والتشويق والإثارة.

الإذاعات الموجهة باللغة العربية: لماذا؟

1. إذاعات موجهة من أوروبا الى العرب:

كان الأوروبيون أول من بثوا برامج للمستمعين العرب وفي وقت مبكر نسبياً من تاريخ الإذاعات الموجهة وذلك لأهمية المنطقة العربية سياسياً واستراتيجياً واقتصادياً.

كانت إيطاليا المبادرة لإنشاء إذاعة (باري -) عام 1932 لتكون بذلك بداية لحملة إيطاليا على الحبشة، وهو ما جعل إيطاليا مقبولة لدى العرب من خلال إذاعتها للعرب وبخاصة شمال إفريقيا.

جاءت بريطانيا الثانية بعد إيطاليا في إنشاء إذاعة باللغة العربية في 1938/1/3 إلا ان الاتفاق تلاشى وازدادت الحرب الدعائية.

بدأت الإذاعات الألمانية عام 1938 وكانت إذاعتها باللغة العربية في ديسمبر عام 1938 وهو ما أشعل الصراع عبر الأثير، وقد نجح الألمان في استقطاب الأدباء والشعراء والفنانين والموسيقيين العرب.

أنشئت فرنسا إذاعة بالعربية عام 1939 موجهة الى شمال إفريقيا، وجاءت الخدمة الإذاعية الروسية (الاتحاد السوفيتي) عام 1943، ثم الولايات المتحدة عام 1948، وأصبحت خدمة منتظمة عام 1951، وتوالى الإذاعات الناطقة باللغة العربية تشغل المرتبة الثالثة بين لغات العالم، الى بعد الانجليزية والفرنسية¹.

2. إذاعات موجهة باللغة العربية من آسيا:

وهذه الدول هي: الهند، باكستان، اليابان، كوريا الشمالية، الصين، أفغانستان، بنغلادش، اندونيسيا، كوريا الجنوبية، تايوان، عدا الاتحاد السوفيتي.

(1) انظر: د. جيهان رشتي - الإعلام الدولي.

3. إذاعات موجهة بالعربية من الاتحاد السوفيتي وأوروبا الشرقية:

هناك ثمانى دول من أوروبا الشرقية تقدم إذاعات باللغة العربية عدا المجر،
وبع مقدمة هذه الدول الاتحاد السوفيتي والمنظومة الاشتراكية.

4. إذاعات موجهة بالعربية من أوروبا الغربية:

وصدها ثمانى دول مثل، بريطانيا وفرنسا وإيطاليا وهولندة، وألمانيا
واسبانيا واليونان وسويسرا.

5. إذاعات موجهة بالعربية من الأمريكتين:

وهي أربعة، الولايات المتحدة وكوبا وتشيلي وفنزويلا وكندا.

6. إذاعات موجهة بالعربية من إفريقيا:

وجاءت بعد الإذاعة المصرية الموجهة الى إفريقيا لدعم حركات التحرر
فكانت الاذاعات الإفريقية لنفس الغرض مثل: غانا 1961، نيجيريا 1964.

7. إذاعات موجهة بالعربية لأهداف دينية:

ومن أشهرها راديو الفاتيكان، وحول العالم TWR (مونتى كارلو) وإذاعة
صوت الإنجيل، والمحطة الأمريكية WYER⁽¹⁾

(1) الطر: د. محمد المرسي - الإذاعات الموجهة باللغة العربية الى الوطن العربي (مجلة الفكر الاستراتيجي، العدد
1992/42).

الإذاعات السرية:

الإذاعات السرية شكل من أشكال الإذاعات الموجهة، استخدمها القطبان الكبيران (الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي) في أعقاب الحرب العالمية الثانية كأسلوب من أساليب الحرب الباردة.

بدأ التسمية للإذاعات السرية عندما اختلت الدول المتحاربة بعض البلاد التي تمتلك إذاعات شاركت في الحرب، وقامت هذه الدول إلى تحويلها إلى إذاعات سرية لخداع الخصوم الذين يستمعون لتلك الإذاعات، وهو ما استخدمه الألمان كذلك.

تعرف الإذاعات السرية بالراديو الأسود أو الدعاية السوداء، أي الدعاية الفاضلة غير معروفة المصدر، وهي عكس الدعاية البيضاء معروفة المصدر.

بعض الخبراء يطلقون الدعاية السوداء بوجه عام على محطات الإذاعة التي لا تعتبر صوتاً رسمياً للحكومات الشرعية، وتكون مهمة هذه المحطات الدعاية الهدامة، أي تشجيع الأعمال التخريبية أو لنشر الايدولوجيات والعقائد التي تعتنقها هذه المحطات.

لجأت بعض الدول الأوروبية إلى استخدام هذا الشكل من الدعاية السوداء، أو الإذاعات السرية لحماية إذاعاتها الرسمية من الخلل الإعلامي وحتى تحافظ هذه الإذاعات الرسمية على صورتها الايجابية والجادة، مثل الحكومات الألمانية والانجليزية والسوفيتية، وتحت غطاء الأحزاب السرية، أو حركات المقاومة.

في الخمسينيات من القرن العشرين، ازداد عدد المحطات السرية وبلغ إجمالي ساعات البث حوالي 200 ساعة أسبوعياً.

من أشهر هذه الإذاعات السرية (إذاعة إسبانيا المستقلة)، (إذاعة البرتغال الحرة) وكانت تبث من رومانيا، (إذاعتنا) الموجهة الى تركيا و(صوت الحق) الموجهة لليونان، و(رسالة من إيران).

أنواع الإذاعات السرية في الوطن العربي:

- الإذاعات الثورية مثل إذاعة م ت ف وفروعها.
- إذاعة فلسطين من صوت العرب بالقاهرة.
- إذاعة فلسطين من دمشق.
- فروع المنظمة في - الجزائر، صنعاء، عدن، تونس، درعا، طرابلس، بيروت، (أم درمان حتى مارس 1973) عندما هاجم بعض الفلسطينيين السفارة السعودية بالخرطوم.
- إذاعة صوت الوطن العربي (ليبيا) موجهة الى مصر والمغرب.
- صوت اليمن الجنوبي الحر من جنوب الجزيرة العربية.
- راديو سوروش - المبشر بالماركسية (بغداد).
- صوت مصر الحرة عام 1955
- إذاعة الإمام احمد البدر ضد الثورة اليمنية.
- عام 1958 بلغ عدد الإذاعات السرية (11) إذاعة.
- صوت الحق في بيت نوري السعيد بالعراق تمهيدا للعدوان الثلاثي على مصر 1956
- شمعون لبنان - إذاعة صوت لبنان ضد مصر.
- صوت دمشق الحرة عام 1959 ضد الوحدة (عبد الكريم قاسم).
- صوت العراق بإشراف الأردن بعد ثورة 14 يوليو العراقية في 1958/7/27
- أكتوبر 1956 حزب البعث العراقي الحاكم (صوت الجماهير)
- صوت القاهرة الحرة بإشراف فرنسا بعد تأميم جمال عبد الناصر قناة السويس.
- صوت الأحرار بإشراف فرنسا للرد على صوت العرب

- 1956/10/30 حولت بريطانيا الشرق الأدنى الى إذاعة سرية وفشلت
- صوت الإصلاح بإشراف فرنسا ضد سوريا والوحدة مع مصر
- إذاعة الأحرار / سبتمبر 1962 وللائتلاف حول الأمير الحسن مع بريطانيا.
- حركة النهضة الجزائرية (إذاعة كليبر) بإشراف جاك سوستيل للرد على إذاعة صوت العرب.

الإذاعات الدينية الدولية:

أولاً: الإذاعات التبشيرية

تحتل الإذاعات الدينية وخاصة التبشيرية موقعا هاما بين الإذاعات الدولية وخاصة التبشيرية.

العديد من الدول الغربية المسيحية وبعض المنظمات والهيئات الدولية المسيحية أدركت منذ فترة مبكرة من اكتشاف إمكانات الموجات القصيرة في البث الدولي أهمية الإذاعات الدولية في تحقيق الأهداف التبشيرية فقامت بإنشاء العديد من الخدمات الإذاعية الدولية الدينية.

في البداية استندت الحكومات الغربية في إنجاح رسالة هذه الإذاعات على نفوذها الاستعماري في المجتمعات النامية.

استغلت هذه الدول حاجة المجتمعات إلى المساعدات الاقتصادية والفضية فأقامت بها العديد من محطات الإرسال والتقوية بحيث صارت البرامج التبشيرية تصل إلى شعوب العالم بأوضح مما تصل به البرامج الوطنية.

ثانياً: الإذاعات الإسلامية:

أدركت الدول الإسلامية مؤخراً أهمية الإذاعات الدولية في مجال الدعوة الإسلامية وفي مواجهة الإذاعات الدولية التبشيرية.

قامت مصر بإنشاء إذاعة القرآن الكريم التي أصبح إرسالها يغطي دول شمال إفريقيا.

كذلك إذاعة القرآن الكريم من مكة.

8. الإذاعات الصوتية في الدول النامية:

إن الراديو في المجتمعات النامية يعد وسيلة الإعلام الوحيدة التي يصدق عليها وصف الجماهيرية، إن إذ يمكن عن طريق الراديو وحده الوصول إلى أكبر نسبة من السكان الذين يملكون وسائل استقباله.

نسبة قليلة من إذاعات الدول النامية الخارجية توجه على شعوب الدول الصناعية المتقدمة في أوروبا والولايات المتحدة.

توسعت بعض الدول النامية في استخدام الإذاعة الدولية وخاصة تلك الدول التي تؤهلها ظروفها السياسية أو موقعها الجغرافي أو كثافتها البشرية إلى القيام بدور قيادي في المنطقة التي توجد بها، كما هو الحال في كوبا.

مشكلات الإذاعة الدولية:

يمكن أن نوجز أهم هذه المشكلات في ثلاث:

أولاً: مشكلات تقنية: رغم التقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصال الإذاعي فإن المستمع إلى الإذاعات الدولية ما يزال يواجه مشكلات تقنية قد يصعب التغلب عليها في بعض الأحيان، وهو ما يصرف المستمع عن متابعة هذه البرامج في بعض الأحيان.

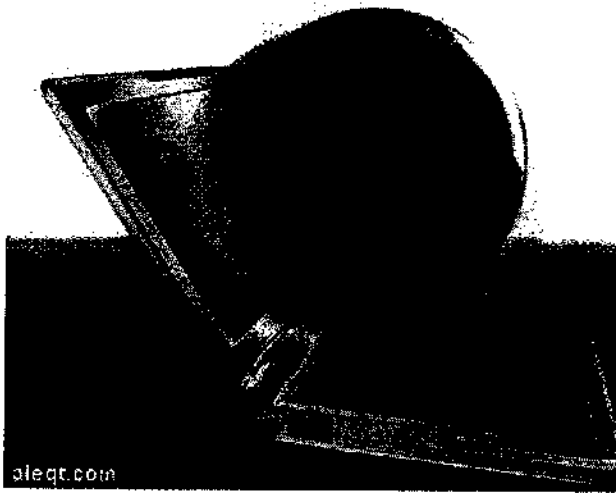
ثانياً: التشويش: لقد عانت الإذاعات الدولية من التشويش المتبادل من جانب العديد من الدول وغالباً ما يتم التشويش عن طريق بث إشارة أو رسالة صوتية بغرض اعتراض إرسال الإذاعة الصوتية المقصودة.

ثالثاً، فوضى البث الإذاعي: لقد أدى تكالب العديد من الدول على بث الإذاعات الدولية بدون مراعاة حقوق الدول الأخرى إلى حدوث فوضى البث الإذاعي نتيجة التداخل بين موجات الإرسال.

رغم الجهود الدولية المتعددة الساعية لتوظيف الإذاعات الدولية في تعزيز السلام العالمي والتفاهم بين الشعوب فلا مفر من الاعتراف بأن الشقة ما تزال واسعة بين ما تدعو إليه الاتفاقيات الدولية وبين ما يمارس في الواقع الفعلي.

الفصل الخامس

أبعاد العولمة
وتأثيرات التدفق الإعلامي
على الدول النامية



الفصل الخامس

أبعاد العولمة وتأثيرات التدفق الإعلامي على الدول النامية

مقدمة:

هناك ثمة حاجة للربط بين موضوع العولمة والتدفق الإعلامي مادام هناك تداول للمعلومات. خاصة وأن هذا التداول يرتبط بطبيعة الحال بمراكز قوى ومصالح اقتصادية وسياسية وأمنية... الخ. ومهما اختلفت التفسيرات والرؤى حول موضوع العولمة إلا أن الجميع يتفق على أن مظاهيم العولمة لا يمكن سريانها بين أقطاب العالم المختلفة إلا عن طريق حركة معلوماتية عارمة.

1. العولمة وأبعادها:

(1) تعريف العولمة:

من الصعوبة بمكان الاتفاق على تعريف جامع مانع للعولمة. وذلك لكثرة الرؤى حولها. والتي تتأثر باتجاهات الباحثين ومواقفهم منها. ولكي نضع لمفهوم العولمة إطاراً عاماً. نستعرض بعض التعاريف والأقوال التي تناولها الباحثون:

- العولمة ترجمة للمصطلح الإنجليزي Globalization وهي تعني إكساب الشيء طابع العالمية.
- العولمة مشروع حضاري غربي متكامل البنيات. أوجده التلاقح بين التطلعات والحاجات الغربية من جانب. والإمكانيات المادية الهائلة التي أوجدتها التطورات الكبيرة في تقنيات الاتصال والمعلومات والصناعات المتقدمة من جانب آخر.
- العولمة كما يراها الكثير من المفكرين والكتاب هي سيطرة وغلبة ثقافة من الثقافات على جميع الثقافات في العالم.

- وهناك من فرّق بين العالمية والعولمة، فقال إن (العالمية تفتّح على العالم، وعلى الثقافات الأخرى، واحتفاظ بالخلاف الأيديولوجي، أما العولمة فهي نفي الآخر وإحلال للاختراق الثقافي محل الصراع الأيديولوجي).

يقصد الغرب بمصطلح العولمة Global أو Universal ان الغرب قد حقق أهدافاً عالية في مجال التكنولوجيا والكمبيوتر. فتطور خلال السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً في حقل الاتصالات، والمعلومات، والإنترنت، وحقق الكثير من الإنجازات. أما المنظور الأمريكي للعولمة فإنه يجمع بين أمور التكنولوجيا والاقتصاد والسياسة والسلوك والقيم والأخلاق. أي لا يريد أن يسيطر على الجوانب المادية فحسب، إنما يتعدى ذلك إلى القيم الاجتماعية للشعوب.

ويرى ثمة فرقاً بين العالمية والعولمة، فالعالمية تفتح الخصوصية، وترتقي بها إلى ما هو عالمي وكوني، أي أنها تعتبر قاسماً مشتركاً، تنفذ من خلاله رؤية تعبر عن وجهة نظر تستوعب جميع الثقافات والتكتلات والأراء، في إطار التساوي في التعايش بين بني الإنسان. أما العولمة فهي تعبير عن وجهة نظر خاصة تريد أن تبسط سيطرتها على الرؤى الأخرى على المستوى الإقليمي أو العالمي.

ويجب أن تفهم العولمة في سياق التطور السياسي للإنسانية، ولا ينبغي تعميمها على المستقبل، إذ لم تكن حقيقة في الماضي، وكما رأى الناس انهيار الماركسية بأم أعينهم، بعد أن روج لها دعواتها واعتبروها أنموذجاً فكرياً يحمل حل المشكلات الاقتصادية والسياسية في العالم، فإن العولمة تأخذ دورها كأحد حلقات ذلك التطور، فكلما تغيرت المعطيات في النظام العالمي ظهر تطور جديد.

تقوم العولمة أساساً على تحرير التجارة الدولية، وفتح الأسواق أمام البضائع الواردة من الخارج، وهذه القضية تشكل عقبة أمام البلدان النامية، فيتعرض اقتصادها للمخاطر، وتضعف مكاسبها المحتملة، إذ تتعرض لمنافسة الدول الصناعية، وهي منافسة غير متكافئة، وهذا الواقع يجعل الغني يزداد غنىً والفقير يزداد فقراً، خاصة وأن القواتين التي تحكم مسار العولمة غالباً ما تتحيز للدول الغنية.

أبعاد العولمة وتأثيرات التثاق الإعلامي على الدول النامية

تتمتع السلع في البلدان الغنية بتخفيضات جمركية أكبر من السلع المستوردة من بلدان نامية، 45% بالمقارنة مع 20% إلى 25%، في حين أن البلدان النامية تواجه الآن كمجموعة تعريفات جمركية أعلى بنسبة 10% عن المتوسط العالمي. فإن أقل البلدان نمواً تواجه تعريفات جمركية أعلى بنسبة 30% لأن التعريفات الجمركية لا تزال عالية على السلع ذات الإمكانيات الكبيرة بالنسبة لأفقر البلدان، مثل المنسوجات والجلود والسلع الأساسية الزراعية.

ولكن العولمة لا تقف عند المفهوم الاقتصادي فحسب وإنما تتعدد أشكالها وصيغها، وتتفاوت تطبيقاتها، وتتشعب تفسيراتها وأبعادها، فبالإضافة للبعد الاقتصادي فهناك أبعاد أخرى لا تقل عنه أهمية، كالبعد السياسي والثقافي والإعلامي.

(2) أبعاد العولمة:

لتغلغل العولمة، وتشعبها في شتى مناحي الحياة، نتطرق هنا باختصار إلى أبعادها الاقتصادية، والسياسية، والثقافية. وذلك لارتباطها جميعاً بالبعد الاتصالي والإعلامي - الذي سنتناوله بتفصيل أكثر- إذ أن هذه الأبعاد الثلاثة تتخذ من الإسلام والاتصالات الحديثة - وعلى رأسها القنوات الفضائية التلفزيونية - وسيلة أساسية لتجد طريقها إلى التغلغل والتطبيق.

أولاً: البعد الاقتصادي:

وهو البعد الأكثر بروزاً في أبعاد العولمة، إذ أن مفهوم العولمة قد كرسه اتفاقية اقتصادية هي الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات General Agreement for Trade and Tariffs التي عرفت اختصاراً بالجات GATT

لقد بدأت مفاوضات تحرير التجارة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية، وإنشاء منظمة الأمم المتحدة، وطال أمد هذه المفاوضات نظراً لتضارب المصالح، واختلاف وجهات النظر، فلما تعثرت، رُويَ عقد اتفاقية مؤقتة لحين الانتهاء من المفاوضات، واستمرت المفاوضات على مدى نصف قرن إلى أن تم التوصل إلى صيغة وُقِّعَ عليها في المغرب عام 1993م، وقد شارك فيها مندوبو جميع دول العالم بما في ذلك الدول الإسلامية ودول العالم الثالث.

وبناءً على هذه الاتفاقية، يتم إلغاء الرسوم الجمركية وغيرها من القيود ليصبح العالم سوقاً واحدة، ومن ثم يتسنى للشركات أن تقيم المصانع وغيرها من الأنشطة التجارية في أي مكان شاعت من العالم، كما يمكن تحويل ملكية الدولة للقطاع الخاص، في إطار ما يسمى بـ (الخصخصة)، وتحرير أسواق المال والأوراق المالية من أي قيود.

ومن ثم فإن هذه الاتفاقية تتيح للدول الغنية - وهي صاحبة رأس المال - أن تسيطر على الدول الفقيرة من خلال شركاتها العاملة هناك.

ثانياً: البعد السياسي:

إن الحماية الاقتصادية التي تجدها الشركات الأجنبية داخل الدول، تنعكس على النظام السياسي لهذه الدول، إذ تؤدي إلى تقليص دور الدولة وتراجعها أمام تلك الشركات، التي تتحرك بدعم ومساندة القوانين الدولية، ومن ثم تتدخل الدول الأجنبية لحماية شركاتها، فتظهر انعكاسات ذلك على الأوضاع السياسية عامةً في الدولة، ويكون ذلك أكثر وضوحاً في الدول النامية، حيث يتم الحديث عن الديمقراطية، والحريات العامة، وحرية الإعلام، ويتبعه الحديث عن قوانين الدولة، وأنظمتها تجاه الأقليات، وحقوق الإنسان، والإرهاب، وغير ذلك مما يسفر عن الأهداف والأبعاد السياسية جراًء الاتفاقيات الاقتصادية.

ثالثاً: البعد الثقافي:

من أهداف العولمة في المجال الثقافي أن يسير البشر على النمط الغربي، ووفق تقليده وسلوكه، ويبدو ذلك أكثر وضوحاً في أنشطة المؤسسات الغربية في الدول النامية، وعلى سبيل المثال ما تقوم به هيئة المعونة الأمريكية، والمعونة الأسترالية، وسيدا كندا وهي تتبع للحكومة الكندية، ودانيدا الدنمارك، وفنيدا فلندا، ونورادا النرويج، وسيدا السويد، وغيرها، والمؤسسات المذكورة توفر التمويل للجمعيات الأهلية النسائية في دول العالم الثالث، مستغلة ندرة مواردها، ومما يشير إلى الاتجاه الاستقلالي لهذه المؤسسات، أن تمويلها قاصر على الدول الفقيرة، كمصر والمغرب، وتونس والجزائر والسودان، وموريتانيا. ولإضفاء الهدف الثقافي لمؤسسات التمويل، فإنها لا تغيب عن النشاط الثقافي لهذه الجمعيات، بل تنفذ للمشاركة في الأنشطة المختلفة كالمؤتمرات، والمعارض، والمحاضرات.

ومن الأنشطة التي تعتبر مظهراً من مظاهر السيطرة الثقافية أيضاً، مؤتمرات المرأة العالمية، كمؤتمر بكين الذي انعقد في عام 1995م، والذي خرج بوثيقة مشهورة تدعو إلى:

- (1) إلغاء التحفظات التي تستند إلى أساس ديني أو حضاري.
- (2) اعتبار أن الأسرة والأمومة والزواج من أسباب قهر المرأة، وأن حق الإنجاب حق مكفول للأفراد والمتزوجين على حد سواء.

وقد خاطبت الوثيقة مؤسسات التمويل الدولية مثل صندوق النقد الدولي، والبنك الدولي لضمان تطبيقها.

ومن انعكاسات العولمة على الجانب الثقافي ما بدا واضحاً في مؤتمرات الأمم المتحدة، كمؤتمر الأمم المتحدة للسكان الذي انعقد في القاهرة عام 1992م ومؤتمر حقوق الإنسان الذي انعقد في فيينا عام 1993م، والتي كشفت عن تغليب معايير الثقافة الغربية.

ويبدو واضحاً أن ما تخرج به مثل تلك المؤتمرات من مقررات، وما تقوم به مؤسسات التمويل الغربية من أنشطة ينم عن انعكاس حقيقي لفهوم العولمة في بعدها الثقافي.

البعد الإعلامي للعولمة وآثارها في القنوات الفضائية العربية:

يعد الإعلام في حد ذاته بعداً للعولمة، كما يعتبر أيضاً آلية من الآليات التي لا يمكن الاستغناء عنها في تنفيذ الأبعاد الأخرى للعولمة، (وإن من القوى الرئيسة التي تعتمد عليها العولمة، عالمية الاتصالات التي تترتب على تطور تقنيات الأقمار الصناعية). ومن هنا يبرز دور القنوات الفضائية التلفزيونية - بصفة خاصة - في ترسيخ العولمة.

ومقصود العولمة الذي يطفو إلى السطح، هو إزالة الحواجز والحدود بين الثقافات وحركة الاقتصاد والمجتمع وإتاحتها للجميع على طول العالم وعرضه. وهذا أمر مقبول من حيث النظرة العامة. لكن السؤال المطروح هو: هل ستكون هناك عدالة في إتاحة تلك القضايا للجميع؟ وبإمكانيات متساوية؟ وأجهزة اتصال متكافئة؟

لا شك أن العالم الثالث هو الذي سيخرج خاسراً من هذه المنافسة. وذلك لضعف إمكانياته وقدراته الاتصالية.

أبعاد العولمة وتأثيرات التدفق الإعلامي على الدول النامية

وفي الواقع أن العولمة هي الألة التي يريد بها الغرب طمس قسومات الشعوب. وتشكيلها حسب رؤيته، ويريد أن يسير العالم وفق مفاهيمه تجاه قضايا الاقتصاد، والثقافة، والسياسة، والأمن، والسلام، وحقوق الإنسان، والحرية... الخ. ولكن من المعروف أن لكل أمة مفاهيم، ورؤى، واتجاهات تقيس عليها تلك القضايا.

من هنا تجد وسائل الاتصال العربية - والقنوات الفضائية على وجه الخصوص - نفسها أمام تحدٍ كبير، وهو تأثير تيارات العولمة المتعددة، والمتشعبة، والمتداخلة. والتي لا تعترف - في الواقع - بأي ثقافة غير الثقافة الغربية. ذلك وأن (بعض الكتاب الأمريكيين يحاولون الإيحاء بأن ثقافات البلاد الأخرى هي ثقافات تقليدية غير ملائمة، لأنها إما ثقافات نخبة أو صفوة، أو ثقافات مكبلة بالقيود، أو هي ثقافات ذات توجهات دينية).

2. التدفق الدولي للمعلومات:

إن ظاهرة التدفق الإعلامي الحر Free Flow of Information بدأت تأخذ مكانها دولياً خلال الحرب العالمية الثانية، وهو الوقت الذي برزت فيه الولايات المتحدة الأمريكية كقوة مؤثرة في العالم. وقد انعكست تلك القوة على ما تم إبرامه من معاهدات بين الدول أثناء وبعد الحرب، مما أدى إلى صيغ تلك المعاهدات بالصيغة الغربية. ومن مركز القوة هذا استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تفرض نظامها الحر لتدفق المعلومات، ليصبح أساساً لتدفق المعلومات على المستوى الدولي. وفي عام 1946م أصدرت الأمم المتحدة الإعلان الخاص بحرية تدفق المعلومات Declaration on Freedom of Information.

(أ) تدفق المعلومات أحادي الاتجاه:

في ظل طموح الدول الغربية عامةً، والولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص، ورغبتها في بث ثقافتها وأيديولوجيتها ومراميتها الاقتصادية، وفي ظل امتلاكها للأداة الإعلامية الحديثة، وتقنياتها المساعدة المتمثلة في الأقمار الاصطناعية وغيرها، ومن ثم ظهور القنوات الفضائية التلفزيونية، فإن كل هذه المعطيات جعلت المعلومات تسير في اتجاه واحد، من الشمال إلى الجنوب ومن الغرب إلى الشرق، أي من الدول الغنية تجاه الدول النامية. ومن ثم فإن إعلان حرية تدفق المعلومات قد صار أحادي الاتجاه.

(وقد أكدت اليونسكو UNESCO أن المعلومات تتدفق في اتجاه واحد، وذلك في تقريرها الذي جاء فيه [إننا نعتقد أن ما يعرف باسم التدفق الحر للإعلام هو في حقيقة الأمر تدفق في اتجاه واحد، وليس تبادلاً حقيقياً للمعلومات].)

وتتعرض الدول العربية كغيرها من دول العالم الثالث إلى ذلك التدفق أحادي الاتجاه، خاصةً وأن للدول الغنية طموحات في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا والجزيرة العربية تملّي عليها لأن يسير هذا التدفق صوب المنطقة على وجه الخصوص.

(ب) الاختلال في تدفق المعلومات:

إنه رغم هذا التدفق الهائل للمعلومات، هناك عدم توازن في انسيابها، ليس بين الدول الغنية من جهة والدول النامية من جهة أخرى فحسب، إنما أيضاً بين الدول ذات الأفكار والأيدولوجيات، مثل ما حدث بين الدول الرأسمالية والاشتراكية. وهناك اختلال بين الدول النامية نفسها، حسب التفاوت بينها في القوة والمصالح والسياسات.

أبعاد العولمة وتأثيرات التدفق الإعلامي على الدول النامية

كذلك هناك اختلال كمي بين الدول النامية في المواد الإعلامية. كالاختلال بين الأنباء السياسية من جهة، والأنباء الاجتماعية والثقافية والاقتصادية من جهة أخرى، حيث يظهر طغيان الأنباء السياسية على غيرها.

كما أن هناك اختلال نوعي بين ما يطلق عليه الأنباء السارة والأنباء السيئة، إذ تغطي أنباء الدول الغنية الإنجازات والابتكارات ومظاهر التطور والتقدم، بينما تظهر أنباء الدول النامية من بوابة الأزمات، أو ما يسمى بأخبار الأزمات Crisis News، كالحروب والانقلابات والمجاعات والفيضانات والزلازل... الخ.

أما عن تدفق المعلومات على نطاق الدول العربية، فهناك إمكانية لتدفق المعلومات بينها بشكل متوازن، فمن المفترض أن يشكل انتشار القنوات الفضائية فيها أرضاً خصبة تحول دون أن يكون ذلك التدفق مخللاً، لأن القرب الجغرافي بين هذه الدول، والصلات الثقافية والدينية بينها، واللغة، وحجم السكان، كلها عوامل تؤهل لعدم الاختلال في تدفق المعلومات.

لكن عدم الاستقرار السياسي، والتبعية الإعلامية، والسياسية، والثقافية، والاقتصادية للغرب - في معظم الدول العربية - تجعل ذلك التوازن أمراً صعب المنال.

ج) احتكار المعلومات:

توفر القنوات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الاصطناعية الكثير من المعلومات التي تخدم التنمية، وتسهم في ترقية المجتمعات، وتفتح للإنسان آفاق المعرفة والتطور في شتى مناحي الحياة، ولا ريب في أن أي دولة نامية بحاجة إلى المعلومات التي تساعد على التخطيط لبرامجها التنموية، واكتشاف ما تحويه أرضها من إمكانات اقتصادية مختلفة.

لكن هذه المعلومات تبقى حكراً لدى الدول الغنية. حيث تتعامل معها كسلعة لا يمكن إتاحتها إلا للشركات التابعة لتلك الدول. والتي تقوم بدورها للبحث عن استثمارات في الدول النامية بناءً على تلك المعلومات، التي ربما تريد الدولة المتعلقة بها كتمانها لظروفها الخاصة، أو ربما لا تكون على علم بها أصلاً. ومن ثم ينوب الضرر البلدان النامية من خلال العقود التي تبرم معها من قبل تلك الشركات.

لقد أصبح تعبير (العلم السري) تعبيراً عادياً في قاموس الدول الغربية. يستخدم هذا التعبير ليبرر استثناء بعض مجالات البحث العلمي من قانون حرية المعلومات باعتبار أن البوح به قد يضر بالمصالح الأمنية والاقتصادية.

ولم يقتصر احتكار المعلومات على تلك المعلومات التي يُبرر احتكارها على أنها تتعلق بالمصالح الأمنية والاقتصادية فحسب. بل انعكس ذلك على الأخبار وغيرها من المعلومات.

خاصةً وأن وكالات الأنباء العالمية وهي أسوشيتد برس Associated Press ويوناييتد برس إنترناشونال United Press International الأمريكيتين، ورويترز Reuters الإنجليزية، ووكالة الصحافة الفرنسية France Press Agency تسيطر على 80% من المعلومات المتداولة دولياً، و 90% من كمية الأخبار المتداولة على مسرح الأحداث العالمية. وذلك رغم انتشار العديد من وكالات الأنباء الوطنية حول العالم.

و المأمول من القنوات الفضائية العربية الإفادة من كلا النوعين من المعلومات - الاقتصادية والإخبارية - والعمل في ظل هذا التدفق الكثيف للتهوض بشعوب الدول العربية من خلال برامج تنموية وثقافية.

3. مظاهر التدفق الإعلامي الغربي في البلاد العربية:

انتشر البث المباشر عبر القنوات الفضائية بصورة متسارعة، فاقت كل التوقعات في ظل تكالب الدول لجني فوائد الدعاية والترويجية، ورخص أسعار أجهزة الاستقبال والهوائيات التي أصبحت في متناول الغني والفقير.

وقد بادرت الدول الغربية - وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية - إلى دعم هذا البث، استناداً إلى مبادئ حرية الإنسان وحصولة على المعلومات التي يريد.

وهذه الدول دعمت هذا التوجه في ظل تفوقها التقني في مجال الاتصالات، إذ أن البث المباشر يحمل أقوى أنواع الدعاية الثقافية والاقتصادية التي تريد بثها إلى بقية بلدان العالم.

وعلى نطاق العالم العربي، لم يكن البث المباشر هو المظهر الوحيد للتدفق الإعلامي في البلاد العربية، لكن هناك العديد من المظاهر الأخرى التي كرس سيطرة الإعلام الغربي على هذه الدول، ومن تلك المظاهر يجدر بنا ذكر ما يلي:

1) تحكم عدد من وكالات الأنباء في النظام الإعلامي الدولي:

وعلى رأس هذه الوكالات ووكالات الأنباء الدولية، وذلك لما لها من وسائل تكنولوجية، وكوادر بشرية، وقدرة على جمع المعلومات وتوزيع الأنباء عبر العالم بلغات متعددة، ولكل من هذه الوكالات مكاتب في أكثر من مائة دولة، وتستخدم آلاف الموظفين، وتعمل على مدار الساعة، وتوزع خدماتها للوكالات المحلية، ومحطات التلفزيون والإذاعة على طول العالم وعرضه، ومن ثم فإن الدول العربية تعتمد في استقاء أنبائها بشكل أساسي على هذه الوكالات، (في الوقت الذي أثبتت فيه الأبحاث العلمية تحيز هذه الوكالات ضد الدول العربية ودول العالم الثالث عموماً). يتم هذا في غياب وكالات أنباء تمتلك شبكة مراسلين

خاصة بها في الدول العربية. إذ تعتمد بشكل أساسي على الاشتراك في وكالات الأنباء العالمية. وهذا يؤكد القول بأن (جميع دول العالم الثالث تتلقى 80% من الأنباء العالمية من لندن وباريس ونيويورك).

استطاعت هذه الوكالات الصمود، ومجازاة التقنية الجديدة في مجال الاتصال الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية. وعدلت من أساليبها، وافتاجها، فتمكنت من الاستمرار في سيطرتها على حركة المعلومات في العالم، على الرغم من ظهور وكالات أنباء تلفزيونية - تهتم بالخبر المصور - في ظل التقنية الجديدة.

ولا تقف مظاهر التدفق الإعلامي الغربي على حجم هذا التدفق فحسب، بل على نوعه أيضاً. ذلك أن الكثير من الأحداث الإيجابية التي تقع في العالم العربي يشوبها التشويه والتحريف، بل وغض الطرف عنها أحياناً، بينما هناك تركيز وتضخيم للأحداث السلبية كالكوارث والأزمات والحوادث.

(2) سيطرة المصادر الإخبارية المصورة على الأخبار العربية:

للأخبار المصورة أسلوبها الدقيق في التعبير. لذلك تميزت بقيمة إعلامية ربما تفوق الكلمة أحياناً. ولما كانت الدول العربية مثار اهتمام الغرب، فقد سعت الدول الغربية لسيطرتهم نفوذها الإعلامي على المنطقة العربية. ومن ثم وجهت الكثير من هذه الدول شبكات وقنوات كبرى لتتحكم سيطرتها على الأخبار المصورة في وسائل الإعلام العربية بشكل خاص، وعليه فقد أصبحت الدول العربية تتلقى إرسال الشبكة الكابلية الإخبارية Cable News Network المعروفة اختصاراً بـ CNN، ومن حسن طالع هذه الشبكة أن بدأ إرسالها إلى المنطقة العربية مع بداية حرب الخليج الثانية. بعد اجتياح العراق للكويت، مما جعلها تحقق أرباحاً خلال الأزمة في تجارة المعلومات بلغت 134 مليون دولار.

أبعاد العولمة وتأثيرات التنقل الإعلامي على الدول النامية

كذلك تتلقى معظم الدول العربية الناطقة بالفرنسية إرسال القناة الفرنسية الدولية CFI.

(3) الأقمار الاصطناعية:

استخدمت الدول الغربية الأقمار الاصطناعية في بث المواد الإعلامية إلى المنطقة العربية، ومن أمثلة ذلك ما قامت به فرنسا، حيث استخدمت تلك الأقمار في التبادل البرامجي مع الأردن لأول مرة على نطاق الدول العربية، وبموجب ذلك أصبحت تصل الأردن حقيبة إخبارية منتظمة من هيئة الإذاعة الفرنسية، كما اتفقت دول الخليج والتلفزيون الفرنسي على بث يومي عبر قمر المحيط الهندي.

ولما دخلت الدول العربية مجال استخدام الأقمار الاصطناعية، كان هذا الاستخدام لاستقبال الأخبار من الخارج وليس للتبادل الإخباري.