

جامعة دمشق
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
التعليم المفتوح - قسم الإعلام

الإعلام الدولي

تأليف

أ.د. عطا الله الرمحين	د. سميرة شيخاني
الأستاذ في قسم الإعلام	المدرسة في قسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة دمشق	كلية الآداب - جامعة دمشق

2005

فهرس الكتاب

الصفحة	الموضوع
5	مقدمة:
7	الفصل الأول: الصحافة والمجتمع
91	الفصل الثاني: الاتجاهات العالمية لتطور الإعلام
242	الفصل الثالث: قانون الصحافة وتنظيمها لذاتها
299	الفصل الرابع: الخصائص القومية لتطور الصحافة الدولية
356	الفصل الخامس: الصحافة الدولية
385	الفصل السادس: العولمة في الإعلام
422	الفصل السابع: البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية (دراسة في أنموذج البث الفضائي العربي)
476	الفصل الثامن: الإعلام الأمريكي الموجه إلى العرب بعد أحداث الحادي عشر من أيلول. - دراسة تحليلية -
495	الفصل التاسع: النظام الدولي الجديد ونظامه الإعلامي
519	الفصل العاشر: النظام العربي للإعلام والاتصال

مقدمة

يضم هذا الكتاب عشرة فصول عالجت فيها بعض قضايا الإعلام الدولي وإشكالياته.

الفصل الأول الصحافة وعلاقتها بالمجتمع، ويهدف إلى تزويد الطلاب والباحثين بمعلومات أساسية عن العديد من النظريات والتوجهات في الصحافة المعاصرة، وعن وسائل الإعلام الجماهيري وكيف تستخدم بوعي في سبيل تحقيق أهداف جيو سياسية، وعن حرية الصحافة أيضاً.

الفصل الثاني يهدف إلى التعرف على الاتجاهات العالمية لتطور الإعلام، ومنها تمركز واحتكار وسائل الإعلام، وتباين الصحافة الأجنبية وتخصصها، وتنوع الأشكال والاتجاهات الذي يتميز به تطبيق عمل الإعلام الدولي.

أما الفصل الثالث فيهدف إلى تعريف الطلاب بقانون الصحافة وعن كيفية تنظيمها لذاتها، وتم التطرق فيه أيضاً للحركة الصحفية العالمية وكيف أن هذه الحركة تعكس الواقع الاقتصادي والسياسي العالمي وكيف تتميز بتنوع الأشكال والطرق والتنظيمات.

الفصل الرابع يبين الخصائص القومية لتطور الصحافة الدولية، وكيف أن الصحافة المعاصرة لا تزال تحافظ على بعض الخصائص القومية التي تعتبر ظاهرة من ظواهر أصالة الشعوب من جهة ورد فعل على التوجهات الدولية في وسائل الإعلام الجماهيرية من جهة ثانية، وتم الحديث فيه أيضاً عن وسائل الإعلام في مختلف بلدان العالم.

والفصل الخامس يهدف إلى التعرف على الصحافة الدولية: تعريفها ووظائفها، وموضوع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره في الصحافة الدولية، ويبين للطلاب ما إذا كان هنالك وجود لصحافة عربية دولية أم لا.

والفصل السادس يهدف إلى تزويد الطلاب بمعلومات عن العولمة في الإعلام، وعن نشوء ظاهرة العولمة وأسبابها ومجالاتها سواء منها السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الإعلامية وتم التركيز على العولمة الإعلامية بشكل خاص وتم الحديث عن تطور العولمة الإعلامية وعن أدواتها ومن يقودها وأهدافها وأخيراً مستقبلها.

والفصل السابع يتناول البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية ويهدف إلى التعرف على أعمار الاتصال وعولمة الإعلام وعلى الهيمنة الاتصالية الفضائية وتحدياتها السياسية والثقافية والتربوية في المجتمع العربي المعاصر، ويهدف أيضاً إلى التعرف على البث الفضائي العربي.

وتناول الفصل الثامن موضوع الإعلام الأمريكي الموجه إلى العرب بعد أحداث الحادي عشر من أيلول ويهدف إلى تذكير الطلاب بالأسباب التي دعت واشنطن إلى تعزيز منظومتها الإعلامية العربية بعد تلك الأحداث.

أما الفصل التاسع فهدفه التعرف على النظام الدولي الجديد والحديث عن سماته وعن موضوع تهميش الأمم المتحدة وتغييبها كمنظمة عالمية وعن التحديد النسبي لدور وسائل الإعلام.

وفي الفصل العاشر والأخير تناولنا النظام العربي للإعلام والاتصال وتحدثنا فيه عن البعد العربي للنظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال وعن الممكن والواجب عمله في النظام العربي للإعلام والاتصال.

المؤلفان

الفصل الأول

الصحافة والمجتمع *

لا وجود للصحافة خارج المجتمع، ذلك لأنها مخصصة بالدرجة الأولى لتلبية متطلبات هذا المجتمع. ولا يمكن تصور المجتمع بدون صحافة، لأنه مهتم بنشر الأنباء الهامة اجتماعياً على المستوى الجماهيري. ولهذا السبب نرى العلاقة المتبادلة والتأثير المتبادل بين وسائل الإعلام الجماهيري والمجتمع متنوعاً ومتعدد الجوانب.

إن الصحفيين ومستهلكي المادة الصحفية التي يعدونها يكونون موالين عن إدراك وفي غالبية الحالات بدون إدراك للنظريات والتوجهات الصحفية التي تحدد أهداف توظيفات وسائل الإعلام الجماهيري ومهامها وأشكالها وأساليبها، وفي نهاية المطاف تكتسب المادة الصحفية صفات مميزة وملموسة تماماً تلبي أولاً تلبي متطلبات واحتياجات هذه النظرية، وهذا التوجه، أو تلك النظرية أوداك التوجه. من يجب أن تخدم الصحافة؟ وكيف يجب عليها القيام بواجباتها ومهامها. انطلاقاً من الإجابة على السؤال المطروح؟ وماهي الحقوق التي تتمتع بها وما هي الواجبات الملقاة على الصحفيين من أجل القيام بواجبهم الاجتماعي قياماً فاعلاً مؤثراً ونوعياً؟ وما هي سبل التدفقات الإعلامية في المجتمع المعاصر؟ إن الإجابات عن هذه الأسئلة وغيرها من الأسئلة الهامة عملياً يحاول أن يعطيها منظرو الصحافة المعاصرة.

* أ.د. عطا الله الرمحين

تستخدم الأوساط الحاكمة وسائل الإعلام الجماهيري في العديد من الحالات في سبيل الوصول إلى مصالحها الجيوسياسية الخاصة. وبالنتيجة إن تلك القضايا مثل حقوق الإنسان وحرياته ونظام الحجم الإعلامي الدولي والعمليات السياسية الداخلية التي تمس وسائل الإعلام الجماهيري والكثير غيرها تصبح مواضيع صراع حاد في الساحة الدولية. إن الحاجة الاجتماعية للأنباء تلبّيها وسائل الإعلام الجماهيري بتلك الدرجة وبذلك الحجم اللذين يخصان دولة محددة بذاتها في ظروف تاريخية معينة.

1- العديد من النظريات بـ 23 صفحة:

إن العديد من النظريات والتوجهات الأجنبية المعاصرة في الصحافة تعتبر أو تشكل لوحة موزاييك كبيرة. وإن علاقتها بالمازج الأكثر عمومية للبناء الاجتماعي السياسي للمجتمع، و علاقة هذه بدورها بمختلف النظريات الفلسفية واضحة تماماً. بالطبع يمكن إيجاد صفات أكثر جوهرية وعامة بالنسبة لصحافة كل البلدان. لكن لا يجوز تجاهل الخصائص القومية البارزة المتعلقة بالتاريخ والثقافة والاقتصاد والظواهر الاجتماعية والسياسية. وإن طريقة تحليل الظواهر في الصحافة الأجنبية المتعلقة بالمجريات السياسية وخاصة، مع تأثير وسائل الإعلام في الحياة والناس تعتبر الطريقة الأكثر أهمية وغيره.

وأضحت المسائل المرتبطة بالصحافة والمجريات السياسية تتطور في العلوم الإنسانية بفاعلية أكبر وتعالج منذ الستينيات من القرن الماضي. وإن الجزء الأكبر من الأدبيات قد كرس لإثبات شرعية نمو النشاط السياسي للمواطنين وحتميته، أما الصحافة فنظر إليها كأداة من أدوات الإدارة الاجتماعية. أما في الثمانينات

فطرحَت مسألة ضرورة التحسين اللاحق للعلاقات الاجتماعية بحدّة أكثر، وفي هذا السياق أصبحت تدرس درجة تأثير وسائل الإعلام الجماهيري في عملية إعداد القرارات السياسية واتخاذها، وحتى تطبيقها، واستخدم الباحثون والدارسون العرب التجربة المتكونة في السابق لدى الزملاء الأجانب.

لقد شكّلت لجنة متخصصة بمسائل حرية الصحافة وعلى رأسها رئيس جامعة شيكاغو ز. م. هاتشينز باقتراح من ليوس صاحب مجلة "التايم" وعدد آخر من الإصدارات التي تشكّل الشركة الاحتكارية الأمريكية الكبرى أو الأكبر للصحافة في العام 1942 في فضح الحرب العالمية الثانية. وكان هنري ليوس قد خصص 200 ألف دولار لتحويل عمل هذه اللجنة التي قدمت نتيجة لعملها حقائق عن خروقات حرية الصحافة في أمريكا. وكان تقرير اللجنة قد نشر في العام 1947 تحت عنوان "الصحافة الحرة والمسؤولية". وهو تقرير عام عن الاتصالات العامة: الصحف والإذاعة والسينما والمجلات والكتب" وعلى أساس استنتاجات اللجنة واعتماداً على القانون الأخلاقي للصحفيين، والتطبيق الصحفي صاغ هوكينغ مواضيع نظرية المسؤولية الاجتماعية ووضعا الأخلاق المهنية في المقدمة.

إن الاستنتاجات التي خرجت بها لجنة هاتشينز أضحت أساساً للتحليل المفضل لتوظيف الصحافة في المجتمع المعاصر. وقد أعد وأصدر المنظرون والمؤرخون الأمريكيون المعروفون في مجال الصحافة البروفسور يونفي في جامعة إلين فريد سيبيرت وتيودور بيتيرسون ورئيس المشروع البروفسور في جامعة ستانفورد ويلبر شرام كتاباً بعنوان "أربع نظريات للصحافة" كان يعتبر لمدة طويلة في الخارج عملاً كلاسيكياً.

وقد وجدت مسألة مسؤولية الصحافة حلاً لها في كل نظرية من النظريات الأربع التي حلها المؤلفون، تحليلاً بالتناسب مع تلك البنى الاجتماعية والسياسية التي في أطرها كان توظيف وسائل الإعلام. وإن النظرية الشهيرة قد وضعت المسؤولية على عاتق الملك والإمبراطور والفوهرر، وعلى الدولة التي كانت تمثلهم. وإن نظرية حرية الصحافة المبنية على أساس حرية الإدارة، أو كما يسميها المؤلفون، النظرية الليبرالية تدحض هذه المرجعية وتسقط نظرية الصحافة كأداة بيد الدولة، وتؤكد على التحرير من الحكومية، إضافة إلى أنها تقترح حق الصحافة بمراقبة الحكومة لتقوم بدور "السلطة الرابعة"، التي تعتبر مستقلة عن السلطات الثلاث الأخرى في بنية الدولة. وإن نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة تطور الخط الليبرالي ليطبق في الظروف الجديدة من مركزية الصحافة واحتكارها مقدمة أفكاراً لاستقلالية ذاتية معينة لوسائل الإعلام الجماهيري عن الملاك والتي تسمح بأخذ مصالح المجتمع بعين الاعتبار. وتقف هذه النظرية على قاعدة الموافقة الإدارية للمالك والناشر على تقديم تنازلات للصحفيين والمجتمع وعلى التحديد الجوهرى لحقوقه. وتطور النظرية الشيوعية السوفيتية الطريقة الشهيرة عن الصحافة كأداة وسلاح بيد الحزب الشيوعي. ويطرح البروفسور زاسورسكي في المقدمة الروسية للكتاب المذكور أعلاه خمس طرق في نقد الصحافة وفي طرح مسألة المسؤولية:

- المسؤولية أمام المجتمع والمواطنين.
- المسؤولية أمام الدولة التي تفرض درجة متنوعة من الرقابة من قبل الدولة.

- المسؤولية أمام الناشر، وأمام المالك، وهذا حق المالك برئاسة وسائل الإعلام الجماهيري وإدارتها لتخدم مصالحه الاقتصادية والسياسية وغيرها.

- المسؤولية أمام المهنة، وأمام الزملاء تفتح الطريق أمام التنظيم الذاتي في وسائل الإعلام من قبل الصحفيين.

- المسؤولية أمام الجمهور -القراء والمشاهدين والمستمعين.

إن العالم متنوع جداً والصحافة تعكس هذا التنوع. فكما يشير أصحاب هذا الكتاب، كتاب "أربع نظريات في الصحافة" إن هذا التنوع "يعكس قدرة البلد على الدفع مقابل صحافته ومستوى الإنجازات التكنولوجية والموارد التي يمكنها أن تكون مقسمة على أهداف الاتصالات الجماهيرية وعلى المستوى النسبي للتحسين الذي يجعل توزيع وسائل الإعلام الجماهيري في آن واحد سهلاً وضرورياً أكثر. وإن الاختلاف في صحافة البلدان يعتبر إلى درجة ما -ببساطة - انعكاساً لما يمارسه الناس في مختلف الأماكن ودليلاً على ما يريدون من قراءته انطلاقاً من تجاربهم الخاصة.

وبالنسبة لهذه الاختلافات هناك على ما يبدو سبب أساسي أكثر أهمية.. هو أن الصحافة تكتسب دائماً شكل ولون تلك البنى الاجتماعية والسياسية التي في أطرها تقوم بعملها. وبخاصة، أن الصحافة تعكس نظام الرقابة الاجتماعية الذي بوساطته تنظم العلاقات بين الناس، أي الأفراد، وبين النظم الاجتماعية. وحسب رأينا، إن فهم هذه الجوانب للمجتمع يعتبر قاعدة لأي فهم منتظم لمسألة الصحافة. بالطبع إن كل طرق التحليل، أي تحليل توظيف الصحافة ليس بالضرورة يجب أن تكون ضمن هذه النظريات الأربع. ففي العلوم الأجنبية يوجد عدد كبير من

النظريات والتوجهات للتعاون المتبادل بين ا لصحافة والمؤسسات السياسية والمجريات الأخرى. ويمكن أن تعرض بشكلها العام عن طريق الاتجاهات السياسية التالية:

هناك بالدرجة الأولى مجموعة التوجهات التي تبرز وظيفة الصحافة الإدارية ذات الأهمية من الدرجة الأولى. ومن الشخصيات المعترف بها في هذا الاتجاه أولنير ليبمان الذي أصبح كتابه "الرأي العام" مرجعاً دائماً للباحثين والعاملين في الصحافة، وبهذه الدرجة أو تلك يبرز الوظيفة الإدارية -التنظيمية للصحافة كل من شيلبر وغلبياسبيرغ وسورينسون وعدد آخر من العلماء.

وتضع المجموعة الثانية من الباحثين (مايو، مثلاً وغيره) في المقدمة وظيفة الاتصال للصحافة. فحسب رأيهم إن مهمة وسائل الإعلام الجماهيري هي إقامة الروابط العمودية (من الإداري إلى المرؤوس وبالعكس) والأفقية (على مختلف مستويات الإدارة والشرائح الاجتماعية). وإن الصحافة تقوم بدور لسان التواصل الجماهيري.

الاتجاه الثالث هو نظرية "السلطة الرابعة". إن كل الباحثين تقريباً في مجال وسائل الإعلام يلجؤون إلى هذه النظرية لتصوير فاعلية المنشورات الصحفية وتدعيمها. فعلماء مثل روستو وبيل وباغيرستام يعتقدون أن المجتمع يؤثر عبر الصحافة. في كل فروع السلطة: التشريعية والتنفيذية والقضائية. ومن المدهش في هذا السياق، النظرية التي اقترحها ميرمية وتحمل اسم "ديموقراطي"، وتقوم الصحافة هنا كظاهرة بهدف إقامة ديكتاتورية شخصية. ونظرية "ميديوقراطية" التي طرحها دي فيريه قريبة من هذه النظرية.

بلا شك لا يجوز تجاهل وجهة النظر واسعة الانتشار للماركسيين: في المجتمع الطبقي، إن الصحافة هي سلاح الصراع الطبقي والدعاية الجماعية والمعرض والمنظم الجماعي أيضاً.

والاتجاه الخامس يوجد النظريات التي تنظر إلى الصحافة كظاهرة مستقلة في سير العمليات السياسية والاجتماعية. ويعطي (لازار سفيدي، غوديه) الدراسات الاجتماعية - الملموسة اهتماماً خاصاً لأنها تتمتع بطبيعة واضحة. وإن كلاً من فرام وميريل تانستيل وغيرهم، يفردون ما يسمى بـ "الطريقة الصحفية" في تحليل الظواهر الاجتماعية العامة. فإن تانستيل مثلاً قدم نظرية "إعادة تنظيم الصحافة" التي تفسر الكثير من المجريات من وجهة نظر تقوية علاقات اقتصاد السوق في وسائل إعلام مختلف البلدان.

إن أنواع هذه الاتجاهات للدراسات بشكلها الخالص تصادفنا بصورة نادرة جداً، إذ أنها تغني بعضها البعض ويكمل بعضها البعض الآخر وهذا يعود إلى موقف المؤلف أو إلى الظروف التاريخية الملموسة. وإن النظريات المعاصرة للديموقراطية ما هي إلا أشكال متنوعة على الأغلب للنظرية المتوازنة. وقد درست بشكل واف من قبل العلماء العرب والأجانب ولا تزال حتى الآن في دائرة اهتمامهم الكبير. هذا الأمر مرتبط بالمجريات الديمقراطية في الحياة الاجتماعية والسياسية في العديد من بلدان العالم. ولتحقيق سلطة الشعب الفعلية لابد من التنفيذ المتكامل للمبادئ الديمقراطية التي من بينها، تتمتع حرية الصحافة بأهمية كبيرة. وبما أن الطبقات والفئات وشرائح السكان ذات المصلحة في السيطرة أو الحفاظ على السلطة السياسية في المجتمع الواقعي بعيدة جداً عن الظروف المتساوية يكتسب

مستوى الرقابة على وسائل الإعلام والسيطرة عليها الأهمية الأولى في هذا السياق.

وتقوم وسائل الإعلام الجماهيري بمهام الإعلام والتنوير والرقابة والمتابعة لأعمال الدولة وتكوين المجال السياسي. والمؤلفين أساليب مختلفة في تحديد الأولويات في نشاط وسائل الإعلام الجماهيري، لكن الجميع متفقون على أهمية هذه الوظائف للصحافة بالنسبة للديموقراطية.

وإن الاهتمام بوسائل الإعلام الجماهيري من جانب أجهزة السلطة هو اهتمام دائم وواعٍ. وكان قد طرح في كتاب ويلتر ليبمان الرأي الاجتماعي "الذي صدر عام 1922 سؤال حول آراء ممثلي الفلسفة البراغماتية لـ جيمس وديوي. وكما يبدو من كتاب ليبمان يكون بالإمكان التوغل في العالم الداخلي للناس وإقامة الحاجز على طريق ما يمكن أن "يتوهمهم" بمساعدة الأخبار واهتمام الناس بالأحداث داخل البلاد وخارجها.

وبهذه الطريقة وضعت بداية الدراسة العلمية بـ الاستخدام العملي لإمكانيات الصحافة الإدارية -التنظيمية. وكان العالم الأمريكي هيربيرت شيلر الذي ترجمت أعماله مرات عديدة إلى عدة لغات بما فيها العربية الأكثر نشاطاً بين الذين درسوا هذه الإمكانيات للصحافة. ففي كتابه "المتحكمون بالوعي" يعالج المؤلف بمبدئية الجوانب الأساسية لتأثير وسائل الإعلام على الوعي الشعبي وعلى تكوين الرأي العام، وعلى إدارة المجتمع عن طريق الجهاز الإعلامي الدعائي.

إن هذه الطريقة تسمح بإظهار نظام وسائل الإعلام الجماهيري ومن جميع جوانبه، وبفصل المجموعة الإعلامية الدعائية عن المؤسسات الاجتماعية

الاقتصادية، وتحليل كل الأجزاء الأساسية لهذه المجموعة، ودورها في التحكم بالوعي وإدارة سلوك الإنسان.

ويبرز شيلير خمس أساطير أساسية يفضلها يمكن التحكم بالوعي وهي :

- إسطورة الفردية (التفرد) والخيار الشخصي.
- إسطورة الحياد.
- أسطورة طبيعة الإنسان الثابتة.
- أسطورة غياب النزاعات الاجتماعية.
- أسطورة توازي وسائل الإعلام الجماهيري.

وفي هذا السياق إن كتاب الباحث الألماني جيرهارد رد غلياسبيرغ "حول مركزة الصحافة والتحكم بالرأي العام" يستحق الاهتمام. فكما يشير المؤلف عن حق "إن مركزة الصحافة تحسن وتبسط الظروف لمعالجة الوعي وتسمح بالقيام بها بشكل هادف أكثر وبفاعلية أقوى".

وإن عدداً من الباحثين برفضهم (عدم قبولهم) نظرية التحكم يبرزون في نشاط الصحافة وظيفتها في مجال الاتصال. ويشيرون إلى دور وسائل الإعلام كثيراً في مجال الاتصالات من الأعلى إلى الأسفل، ومن الأسفل إلى الأعلى، وحتى أفقياً. وقد ظهر هذا الأمر خاصة في العلاقة بالإصدارات الخاصة في مجال "مذهب العلاقات الإنسانية في الصحافة"، الذي يعتبر ي. مايو واحداً من مؤسسيه. ففي أطر المصنع أو الشركة الواحدة التي شغلته بشكل رئيسي لم يثق مايو بإقامة هرمونية من دون إجراءات خاصة، وبخاصة الإجراءات ذات الطابع السيكولوجي. وارتكز مايو في عدد من الحالات على أفكار كاينز وأنصاره الجدد. كما هو كاينز

إن مايو لم يعر البنية الطبقية للمجتمع أي اهتمام. وإن نظرية كاينز سادت لفترة طويلة من الزمن في السياسة الاقتصادية الأمريكية، أما نظرية مايو فلأضحت أساساً إيديولوجياً للإدارة على مستوى المصانع والشركات.

وعند توجيه انتقاداته لاقتصادي القرن التاسع عشر بسبب عدم تقديرهم الكافي لدور الجماعات اللاشكلائية، أشار ما يو قائلاً: "ماذا يمكن أن يعرف ريكاردو عن الحياة في الفئات وعن تأثير الجماعات على سلوك الفرد، وهو مقفل عليه الأبواب في برجه العاجي ومنغمس بالتأملات التجريدية البحتة؟"

وقد كرس تلامذة مايو اهتماماً خاصاً بوسائل الإعلام الجماهيري وفي المقدمة "صحافة المصانع". وبالاعتماد على المقدمة، فإن الإتصال ذا العلاقة، أي الاتصال الكلامي والتعبيري، هو تلك القاعدة التي تكدست، ووظفت فيها مختلف أشكال الوعي الاجتماعي، وهي تدافع عن الكشف عن الطرق والوسائل الأكثر فاعلية في تنفيذ العمليات الإعلامية.

إن تطور نظرية الإعلام والتحسين اللاحق لأساليبها، قد سمحاً باستخدام وتطبيق بعض الاستنتاجات لدراسة العمليات الاجتماعية وتطورها. وإن الطريقة النظرية - الإعلامية قد أعطت بخاصة، إمكانية الحصول على معارف جديدة عن المجتمع وإظهار خصوصية ظهور الأخبار والرقابة والعلاقة العكسية في النظم الاجتماعية.

واعتبر ملحق نظرية الإعلام التابع للدراسات السيكولوجية حالة خاصة لإظهار النظرية العامة، وأصبحت مسألة جعل الدعاية والتحريض عملية نفسية كبيرة أكثر وأكثر بالنسبة لعدد من البلدان مسألة حيوية.

وإن موضوعة ولتير ليبمان : إن الناس يستجيبون بشكل مختلف لنبا واحد ، قد أجبرت علماء الاجتماع على تركيز الاهتمام على البحث عن سبل استخدام هذه الظاهرة في تطبيق الاتصالات الجماهيرية.

فقد قدم الباحث الأمريكي ديفلير م. "نظرية الاختلافات الفردية" التي انطلقت من أن أي نبا يستدعي سيلاً من الآراء والانطباعات . ومن هنا نشأت المهمة العملية الخالصة: تمرير هذا السيل في ذلك النظام الذي يقدر على رفع فاعلية التأثير في الجمهور .

ومن هذه المواقع بالذات عالج بعد مسائل التأثير الإعلامي العالم الاجتماعي الأمريكي الشهير هارولد لاسوايل. ويعتبر هذا العالم بحق واحداً من مؤسسي النظرية الحديثة للاتصال الجماهيري.

إن نظرية لاسويل كانت في زمانها موجهة ضد "علم اجتماع المعرفة" الذي انتشر بشكل واسع في دول أوربا الغربية. ولقد حاول ممثلوه إدراك لماذا الكلمة ذاتها التي يتكلمها أناس من مختلف الأوضاع الاجتماعية تكتسب معانٍ مختلفة تماماً. فإن غوريفيتش يفسر كلمات الممثل الشهير "علم اجتماع المعرفة" مانفايم ك. التالية : "عندما كان المحافظ القديم يتحدث عن الحرية في أوائل القرن التاسع عشر، يشرح ما نفاهيم، فإنه كان يفهم من ذلك حق كل طبقة في العيش بالتناسب مع الحريات المقدمة لها. وفهم ممثل الاتجاه الرومانسي المحافظ على الحرية كحق الفرد بالعيش كما يريد. أما الليبرالي فكان يفهم الحرية (التحرر) من تلك الامتيازات التي كان يحرص عليها المحافظ. واعتقد مانفايم وأتباعه أن ليس التناقضات المادية الاجتماعية هي التي تعتبر السبب الحقيقي للنزاعات الاجتماعية، وإنما انعكاساتها المثالية وتناحر الأفكار وشكل الأفكار والعقائد .

وبما أن حالة تاريخية - اجتماعية مغايرة بخلاف ما حدث في أوروبا، قد تكونت في الولايات المتحدة الأمريكية، فنشأ هنا خليط معقد من الفئات القومية والدينية، أما الوعي الاجتماعي فاكسب التوازي الثقافي - الإيديولوجي. وبالعلاقة بذلك اكتسبت في الولايات المتحدة مسألة التوحيد في روح الأمركة للتشكيلات الروحية حدة خاصة. فلذلك أضحت نظرية لاسويل والتوجه الذي شكله في مجال الاتصال الجماهيري قد انطلقا منذ البداية من أن دراسة الدور الاجتماعي لرجل الإيديولوجيا أو الفكرة ذاتها التي يقدمها، لا تعطي الصورة أو اللوحة الكاملة للعمليات الإعلامية الجماهيرية، التي تحدث في المجتمع. ولابد من إضافة النظر في معرفة الشروط الاجتماعية ودور الإيديولوجي عن طريق تحليل الوعي المتراكم تلقائياً والذي يواجه المذاهب الإيديولوجية المتكونة. لذلك اعتقد لاسويل معالجة ما يسمى الوعي "الواقعي"، "الحقيقي"، "الفعلي" "الجماهيري" و"الغائض" قضية هامة للغاية. وفي هذا الأمر يكمن الفارق بين نظرية الاتصالات الجماهيرية وبين نظرية علم اجتماع المعرفة "الأوربية". كما أشار د.ميرتون: "إن كان الأوروبي يحل إيديولوجية الحركات السياسية، فالأمريكي يدرس آراء الناخبين ومن لا يشارك في التصويت".

وبالفعل، لقد وضع لاسويل نصب عينيه هدف الكشف عن دوران التدفقات الإعلامية الجماهيرية على شكل حلقات متتالية لبنية واحدة. وقد رأى في الاتصالات العملية التي تتمتع بوظائف اجتماعية بتركيبة داخلية ويتوجه عام، وحاول تقديم تصور متكامل عن الظواهر الإعلامية - الجماهيرية. ويعالج لاسويل التدفقات الإعلامية كموديلات لكل العمليات الاجتماعية على الإطلاق. وفي هذا التفسير تبسط جملة العلاقات الاجتماعية حتى مستوى نظام

التدفقات الإعلامية - الجماهيرية. ويعتقد لاسويل أن التناقضات الاجتماعية تتوالد ليس عن طريق عدم التوازن في توزيع المعلومات ونشرها، لذلك يجب على مبدأ "التعليم المتساوي" أن يساعد الأشخاص الذين لديهم اختصاصات مختلفة ومستوى مختلف من المعارف المهنية والتكنولوجية على الانتقال إلى التفهم وإلى الاتفاق على القضايا المتعلقة بالعالم بشكل عام ذلك لأن "التعليم المتكافئ القيمة للخبير والقائد والمواطن هو هدف المجتمع الديمقراطي".

وقدم البرفسور في جامعة بطرسبورغ الحكومية د.ب. غافرا وهو يشغل منصب رئيس قسم نظريات الاتصال فكرة تستحق الاهتمام. فقد قدم في الندوة العلمية التطبيقية الدولية الدائمة "قرن المعلومات" في 20 كانون أول عام 2000 تقريراً بعنوان "فاعلية المصادر في مجال الاتصالات". وكما أشار صاحب التقرير إن الاهتمام بدراسة المصادر في مجال الاتصالات ليس جديداً. وإن الأسئلة الأساسية التي تطرحها عند البدء بمعالجتها يمكن صياغتها على الشكل التالي تقريباً: "كيف تؤثر المصادر في الجمهور؟ وما هي صفات مصادر الاتصالات التي تجعل تأثيرها المقنع أكثر فاعلية؟"

إن تاريخ الاتصالات الجماهيرية (العامة) يعرف عدداً ليس قليلاً من محاولات الإجابة عن هذه الأسئلة. وهكذا إن أرسطو عندما عالج الخطاب العلني ركز اهتمامه ليس على مضمونه، ولا على "erosmoce" وإنما على صفات الخطيب. وافترض أن الموصل الفعال والمؤثر، إن تحدثنا بلغة حديثة، عليه أن يتمتع ببداهة قوية (الإحساس بالجمهور). وإرادة قوية وصفات أخلاقية جيدة. وحسب ماكيافيللي إن الموصل (ناقل المعلومة) المؤثر والقادر على إخفاء رياته في إقناع الجمهور والمتمتع بسمعة اجتماعية عالية يعتبر الشهرة في مجال نشاطه.

لاشيء قادر هكذا على كبح الجماهير، مثل الاحترام الذي تشعر به أمام الشهرة (الهيبة) التي تقف أمامها والشخص المقدر الجدير بالاحترام.

لذلك على ذاك الذي يقف على رأس الجيوش أو الذي يرأس بلدية أو مجلس المدينة أن يقدم نفسه أمام الجماهير كرجل محترم ويظهر كل إمكانياته وحسناته وقدراته مع كل خصائص موضعه. و إن من كان يبدو جيداً بعض الوقت ويريد الآن أن يصبح سيئاً لأهداف خاصة به، عليه أن يقوم بذلك بالتدريج وبطريقة يبدو وكأنه اضطر إلى ذلك التغيير بفعل الظروف حصراً. وفي الواقع لم يكن في التاريخ أي مشرع معروف لم يلجأ إلى القوة الإلهية، التي تعطى للنفوذ، لأنه في الحالة المضادة (أي، إن لم يقف هذا النفوذ وراء القوانين المقترحة) لم يعترف الشعب بالقوانين. وبالنسبة لغوبلز (Jesserec) وزير الدعاية النازية، إن ناقل المعلومة المؤثر والفاعل عليه أن يمتلك في آن واحد السمعة والثقة به (أي أن يكون قريباً من الحقيقة) فالقرب من الحقيقة بالنسبة لغوبلز يعني إمكانية الإثبات (البرهنة على الصحيح)، إثبات النبأ من المصدر أو عدم إمكانية دحضه (تكذيبه). وفي هذه الغضون ينظر إلى الزعماء بأنهم مفيدون للحملات الدعائية فقط، عندما يتمتعون بالسمعة، أي عندما يعتبرون ذوي أهلية ويعجبون الجمهور.

وقد رأى صانعو الشخصية الذين عملوا لصالح ريتشارد نيكسون في أثناء حملته الانتخابية عام 1968 في "شخصية المصدر" مشكلة من المشاكل الرئيسية لدى مرشحهم. ويقتبس جوماك هينس في كتابه "يخون الرئيس" كلام أحد واضعي استراتيجية نيكسون لكسب الشعبية: "إن دعايتنا بين يوم العمل ويوم الانتخابات سوف يكون لها هدفان، تقديم نيكسون كشخصية يمكن تبديد

الأحاسيس والمشاعر السلبية المتكونة لدى الجماهير حول صفاته وعدم إخلاصه وصدقه، وإظهاره كمرشح جذاب وخبير وعارف.

واليوم إن العلماء والخبراء الذين يدرسون مصادر الاتصالات يركزون اهتمامهم على ثلاث مجموعات من الصفات هي القرب من الحقيقة، الجاذبية والسلطة. أما الصفات الأخرى مثل الدينامية وحب الاختلاط (الاجتماعية) والشهرة فهي دراسة للجوانب الصحفية وبشكل خاص في مجال توظيف وسائل الإعلام الجماهيري، ولغة المواضيع وأسلوبها تؤثر أيضاً في فاعلية المصدر وتأثيره، لكن من المتبع اعتبارها معايير ثانوية.

ويمثل القرب من الحقيقة من جهة معيار صلاحية المصدر، أي قدرته على معرفة الأجوبة "الصحيحة"، ومن جهة ثانية صفة غياب الإنذار لديه، أي نية التحكم بالجمهور لصالحه. وإن إدراك الصلاحية، صلاحية المصدر يعود إلى عوامل مثل مستوى الإعداد والخبرة والمقدرة والذكاء والإنجازات المهنية والوضع الاجتماعي. ولكي يفهم المصدر كثقة مستحقة عليه ليس فقط أن يقدم المعلومة الدقيقة الموضوعية بل عليه أن يترك انطباعاً بأنه لا ينوي إقناع الآخرين بأمر ما لفائدته ولا ينوي التحكم بهم.

والمصادر الجذابة هي تلك التي تشبه المتلقين من الناحية الديموغرافية أو من الناحية الإيديولوجية. وتعتبر هذه المصادر أيضاً مستحسنة ومعروفة. والعامل الأساسي كي يصبح المصدر شائعاً ومناسباً للجماهير هو الدعم السيكولوجي ويعجب الناس ناقلو الأنباء الذين يكافئونهم بالانفعالات الإيجابية. ويفهم من المكافآت في هذا السياق انخفاض مستوى القلق وإزالة الضغط النفسي وتخفيف الشعور بالوحدة والخطر.

والعنصر الثاني للمكافآت إيجابي ويتحقق على حساب توفير الدعم والتأييد من قبل الناس الآخرين للمتلقين عن طريق الأحاسيس.

إن مصادر الاتصالات التي تتمتع بالسلطة تستطيع المكافأة أو العقاب. وإنها تهتم بأن يكون الجمهور خاضعاً لها ومتأثراً بها وهي قادرة على السيطرة على هذه العملية.

وإن قرب المصادر من الحقيقة والثقة بها يؤديان إلى تعميم الآراء الجديدة ويضمنان ويوفران جاذبية الإثباتات الجديدة وليونة الجمهور وتجاوبه مع تأثير من يمتلك السلطة، أي سلطة الموصل (ناقل النبأ).

إن العديد من الباحثين مع تقديرهم للوظائف الإعلامية والتأثيرية والتحكمية يرون في وسائل الإعلام "السلطة الرابعة" التي تقرر مصير الدول والشعوب إلى جانب السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية.

وتستطيع الصحافة أن تكون "السلطة الرابعة" في المجتمع الديمقراطي الحقيقي، حيث لا يشارك الشعب سير العمليات السياسية فقط، بل يستطيع التأثير بفاعلية في المعلومات التي تنتشر. وأشار الباحث الفرنسي في مجال الصحافة جان لوي سيرفان - شرايبيير في كتابه "سلطة الأخبار" بشكل خاص إلى أن إحداث قاعدة تكنولوجية لوسائل الإعلام الحديثة و"سقوط الملكيات المتسلطة والإمبراطوريات قد أدى في كل مكان إلى الموضوعة التي تقول: إن لم تقدر، فبحرية التعبير عن الذات وهكذا قد نضجت أخيراً الظروف أو مجموعة الظروف المادية والسياسية للانفجار في مجال الإعلام، وحدث الانقلاب في تفكير الناس وأفعالهم".

وكما يؤكد الباحث السويدي إيريك باغيرستمان، "تمارس الصحافة الجدية مسائل السلطة وتطبيق استخدام هذه السلطة، بما أنها هي بالذات السلطة التي توازن وتراقب.

البرلمان هو السلطة الأولى في الدولة، والحكومة، السلطة الثانية، والقضاء المستقل السلطة الثالثة ، يضاف إليه المحاكم الشعبية التي تدافع في الدول الشمالية مثلاً عن مصالح الأوساط الاجتماعية ضد تعسف السلطات. إن الصحافة والصحفيين المستقلين مع نظامهم للقواعد والمبادئ الأخلاقية هم السلطة الرابعة".

إن الصحافة باستخدامها الحريات والحقوق التي أهدتها لها الديمقراطية تقيم هي بالذات ديكتاتوريتها. هكذا بالذات يري ج. ميريه قوة الصحافة العظمى وقدرتها على التحكم بالرأي العام عند إدخاله مصطلح "الديموقراطية" أي "الديموقراطية الديكتاتورية"، أو (ديكتاتورية الديمقراطية). وإن السيطرة والرقابة على مجرى العمليات الإعلامية تحدث حسب دي بيريه "الميدياقراتية" (الديموقراطية الإعلامية). ويشير بخاصة إلى أنه "في ظروف الميدياقراتية يبقى الشعب ذا سيادة ، لكن دوره يتبدل ، يصبح أكثر وزناً ، ليس صوته في الحملات الانتخابية، بل رأيه. وتتشكل في المجتمع "المثلثات"، "الحكومية - ماس ميديا - الرأي العام، و"المعرفة - ماس ميديا - التلاميذ " وإلى ما هنالك".

وإن إمكانيات الصحافة غير المحددة غالباً ما تصور بالأحداث "وترغيت"، عندما أضحت استقالة الرئيس ريتشارد نيكسون في الولايات المتحدة الأمريكية ممكنة بفضل موقف وسائل الإعلام الجماهيري.

لكن من المحتمل أيضاً أن يكون الشيء المعاكس : لقد استندت صحيفة "واشنطن بوست" رونالد ري غن للتصرفات غير اللائقة نفسها ، لكن لم تحدث فضيحة باسم "ريغانغيت".

وتعتبر نظرية "المجتمع الإعلامي" نظرية هامة، وهي النظرية التي وضعها توفلير، أما برانسكرامب فيصف هذا المجتمع على الشكل التالي: "إنه المجتمع الذي فيه أكثرية المواطنين يشاركون في عملية إنشاء الأخبار وجمعها وتوزيعها، وليس في الزراعة أو الإنتاج".

وإن الباحثين الماركس يين بفهمهم للصحافة كسلاح ماض في الصراع الاجتماعي والطبقي يوسعون وظيفة وسائل الإعلام الجماهيري بتضمينها التعليم ونشر المعارف العلمية وتطوير الثقافة وتكوين العقائد الفكرية وإدارة المجتمع. وإن الموضوعات الشهيرة حول الصحافة الحزبية المفتوحة ، وحول أن الصحيفة هي ليس فقط الداعي والمحرض الجماعي، بل المنظم الجماعي أيضاً تسمح بالتحليل العميق للرابطة المتبادلة بين الصحافة والمؤسسات السياسية والعمليات السياسية.

ويعيرون في بلدان الغرب المتطورة دراسة الوظائف الاجتماعية الملموسة والمحددة للصحافة اهتماماً كبيراً. وإن الأهمية التطبيقية لمثل هذه الدراسات كبيرة للغاية لأنها تعطي المخرج العملي الحتمي الذي لاشك فيه.

وبخاصة عند دراسة ما يسمى بالصحف النوعية المكرسة للصفوة التي تتخذ القرارات. وبناءً على رأي المنظر الأمريكي في الصحافة و.شرام، إن "الصحف النوعية" تجذب "القراء المؤثرين بإضاءاتها المعمقة والواسعة ولديها، توجه نحو شغل موقف مستقل وحتى عملي من الحكومة . وسياستها لا تراقب من قبل أي

سلطة مركزية وعلى الأرجح تشكل مجموعة رقابة ونقاد لحكوماتها أكثر مما هي ممثلة لها.

ويعي الخبير الكبير في مجال الصحافة النوعية وصاحب كتاب "صحافة الصفوة" ميريل مضمون الإصدارات النوعية كميزة من الميزات الرئيسية اهتماماً خاصاً. وإن هذه الإصدارات تعد بالنسبة لميريل "الأكثر اهتماماً بالمستقبل وبآثار أحداث اليوم التي ستظهر غداً. وتمتلك إمكانية الرؤيا والتنبؤ بفضل اهتماماتها واطلاعها".

إن دراسات الصحافة الاجتماعية الملموسة تسمح برفع فاعلية المنشورات فيها والعتور على أهم الحلقات في سلسلة تكوين الرأي العام، وإدارة هذا الرأي. وكما يشير الباحثون فإن عملية تكوين الآراء السياسية للفرد وتغييرها، والعملية الاجتماعية السياسية عموماً تمر بشكليْن: مباشر وغير مباشر. الشكل المباشر ويتضمن جوانب مثل التقليد والتشكيل السياسي، وبخاصة (تحت تأثير وسائل الإعلام الجماهيري) التجربة السياسية. وال شكل غير المباشر والأسهل للعملية الاجتماعية السياسية يتضمن التواصل بين الأفراد والمشاركة في أو الاشتراك في الحركات والمؤسسات غير السياسية، والجنرالية، أي نقل العلاقات المتكونة بالقيم الأخرى والمعايير والظواهر الاجتماعية إلى مواضيع سياسية.

وبلاحظ في العديد من البلدان، وفي الولايات المتحدة على سبيل المثال، تسييس الوعي الجماهيري. وتعالج في كتاب بابوف "تسييس الوعي الجماهيري في الولايات المتحدة الأمريكية" العوامل والقوى المحركة لهذه العملية ومسائل موقف السكان من النظام الاجتماعي - الاقتصادي للمجتمع ومن الأجهزة الحكومية

المختلفة ومن البنزس الكبر ومن القضايا الاجتماعية الهامة ويحل تصنيف السكان إلى شرائح اجتماعية وفئات حسب توجهاتهم السياسية.

والتوجه السوسيولوجي وضعه أيضاً المؤلف الإنكليزي ماكفيل الذي درس الصحافة كمؤسسة اجتماعية. ويعير دراسة مضمون وسائل الإعلام الجماهيري وتفاعلها مع الجمهور اهتماماً خاصاً. وأعمال ماكفيل تتجاوب مع الدراسات التي قام بها العلماء الأمريكيون الذين كانوا يعملون باتجاه نظرية السوسيولوجية الأمريكية. ولقد أثر الأسلوب الوظيفي لبيرسونس في الموضوعات النظرية في مجال النظرية السوسيولوجية للاتصالات الجماهيرية تأثيراً كبيراً.

وغالباً ما تؤدي الدراسات الملموسة إلى التعاميم والاستنتاجات في روح النظريات المختلفة والاتجاهات المتنوعة. إليكم، مثلاً، إلى أي استنتاج وصل علماء الاجتماع الأمريكيون الكبار لازارسفيلد و ميرتون: "إن فئات السلطة الرئيسية التي يشغل البنزس المنظم المكان الأساسي فيها، توصلت إلى استخدام أساليب التحكم بالجماهير عن طريق الدعاية عوضاً عن الوسائل المباشرة للرقابة ... أولئك الذين يراقبون الآراء والأفكار والقناعات في المجتمع يلجؤون بشكل أقل إلى العنف الفيزيولوجي وبشكل أكثر إلى الإقناع الجماعي. وإن البرامج الإذاعية والإعلان قد حلت محل العنف والترهيب.

وتؤدي الدراسات الملموسة لبعض القضايا المتعلقة بوسائل الإعلام كذلك إلى استنتاجات أخرى. وهكذا، إن تانستيل قد قدم ووضع نظرية "إعادة تنظيم الصحافة". ويؤول مضمون هذه النظرية وجوهرها بللتالي: بما أن الصحافة في العديد من البلدان أخذت تدخل أكثر فأكثر علاقات السوق، فإن الطلب والعرض لمثل هذه السلعة الخصوصية، مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون

وغيرها قد بدأ يعمل بدلاً من وسائل التنظيم الحكومية وغيرها من وسائل رسمية. وبدأت آليات السوق بإدارة محتوى الإعلام ومضمونه.

وفي ظروف الانتقال من التوتاليتارية (الشمولية) إلى الديمقراطية لا تزال الصحافة غير قادرة على القيام بدور "السلطة الرابعة"، في بعض الدول أي هناك أشكال فعالة جداً لتنظيمها من جانب الدولة. وفي هذا السياق يعتبر التوجه الذي يبرز وظيفة الصحافة الاتصالية كوظيفة أساسية توجهاً هاماً بما يكفي. إضافة إلى ذلك لدى وسائل الإعلام إمكانيات معينة للتأثير في سير العملية السياسية في جميع مراحلها، بدءاً من وضع القرار واتخاذها حتى الرقابة على تنفيذه.

وتعتبر ما تسمى بنظرية "حارس البوابة" التي طرحت في العام 1947 في أعمال عالم الاجتماع النفسي كورث ليفين ممتعة وهامة عملياً. وكما أشارت غ. إبرافا في مقالة بعنوان "دراسة المنظم في المرحلة المعاصرة" إن الوظائف الفعلية للمحرر "الحارس البواب" هي:

- إبداعية (كل الصحفيين في التحرير يكتبون، أما الرئيس وهو عادة يكون متمثلاً بالسكربتير المسؤول فيمارس عملية الانتقاء.
- وتقوم أجهزة الرقابة الخارجية بمهمة "البواب والحارس"
- توجه الصحافة الجماهير في السيل الإعلامي وتدريبهم وتنويعهم.

وهناك العديد من الاتجاهات في مجال الدراسة العلمية لوسائل الإعلام في الخارج. من بينها دراسة الصحافة كمؤسسة داخلية في العملية السياسية: دراسة التوجهات الفلسفية لوسائل الإعلام والتحليل "الشرعي" للصحافة وغير ذلك. ويلاحظ تعاون متين في مجال الدراسة العلمية بين الصحافة والتاريخ، وعلم الاجتماع وعلم النفس والأدب وعلم اللغة والعلوم السياسية وغيرها.

إن جملة الطرق في دراسة الصحافة تعطي بالنتيجة ما يسمى بعلم الإعلام كتوجه جديد في الدراسة العلمية للاتصالات الجماهيرية.

وإن مبادئ التحليل المقارن في الصحافة صعبة بشكل خاص. فالصحافة علم مركب. ولدى الصحافة بالطبع المبادئ الخاصة بها فقط والأساليب وطرق التحليل والتراكيب الخاصة، لكنها تستخدم أيضاً منهجية كل العلوم التي تتفاعل معها. لنأخذ على سبيل المثال تاريخ الصحافة. إن أكثر طرق الدراسة انتشاراً هـ و الطريقة التاريخية - الجغرافية. وبالتالي تتميز بالمبادئ المنهجية مثل التحليل التاريخي المقارن الذي يعتمد على معرفة الظاهرة بحد ذاتها بتاريخها، والتحليل الجغرافي الإقليمي الجغرافي المقارن، والطريقة الثقافية وغيرها. ومن جهة ثانية عند تحليل مراحل محددة لتطور وسائل الإعلام الجماهيري أو قضايا معينة توظيف الصحافة تستخدم الطرق الخاصة بالفيلولوجيا (ومثال ذلك ، دراسة الجوانب التاريخية لتطور نظرية الأنواع الصحفية والأدبية وغيرها من العلوم). واستخدام مختلف المبادئ المنهجية وإظهارها يصبح أمراً معقداً بخاصة عند تحليل مضمون المنشورات في وسائل الإعلام الجماهيري.

هنا يستخدم بشكل واسع منهج تحليل المضمون ومبادئ علم الاجتماع والعلوم السياسية والعلوم الدينية وغيرها. وإن أخذنا الصحافة الطبية والزراعية والعلمية والعلمية- التكنولوجية والعلمية الإنتاجية فنستطيع التوصل إلى استنتاج مفاده أن الصحافة هنا تستخدم طرق تلك المجالات من النشاط البشري التي تعكسها وتغطيها.

وهكذا، تستخدم الصحافة في النشاط اليومي لوسائل الإعلام الجماهيري وفي البحوث النظرية الطرق الشاملة لعلم المجتمع وغيره من العلوم، ويحدث إغناء متبادل للقاعدة المنهجية.

في هذا السياق يبرز عملياً سؤال هام عن إظهار الأولويات في سير دراسة أو تعليم هذا العلم أو ذاك وهذه المادة المتعلقة بالصحافة أو تلك.

وإن عدنا إلى المثال الذي أوردناه سابقاً، أي إلى تاريخ الصحافة، فيمكن هنا اعتبار لوغاريتم الدراسة أو التعليم الذي برزت فيه أهم مراحل تطور الصحافة في هذا البلد أو ذاك، والاستدلال إلى معالمها منطقياً جداً ومثبتاً. وبالطبع، عند استخدام المبدأ التاريخي - الجغرافي لابد من إعطاء معطيات عامة عن البلد، وبالعلاقة بأهداف الدراسة أو مهامها تحدد مرة أخرى الأولويات. ومن ثم من المفيد النظر في مرحلة ما يسمى بالصحافة التسجيلية عندما لم تكن الإصدارات الدورية في معناها المعاصر قد ظهرت بعد. ومما لا شك فيه أن مرحلة نشوء مختلف أنواع وسائل الإعلام الجماهيري وقيامها (عندما ظهرت أول جريدة وأول مجلة، وعندما نشأت الإذاعة، وامتد وبأية ظروف أخذ ينتشر التلفزيون وغيره) تعتبر مرحلة هامة.

وبما أن عمل وسائل الإعلام الجماهيري يمر عبر أرضية قانونية معينة للدراسة والتعليم والمقارنة فمن المفيد معالجة التأثير المتبادل للقانون والتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام الجماهيري والطرق الحكومية لتنظيم السيول الإعلامية وإدارتها.

ويعد تحليل التأثير المتبادل للأحزاب السياسية ووسائل الإعلام ولقضية حزبية الصحافة مثمراً في البلدان ذات النظم متعددة الأحزاب فعلاً.

إن التوجه السياسي الخارجي لوسائل إعلام أي بلد يظهر من خلال النشاط الدعائي للدولة والمؤسسات الاجتماعية (بما فيها الأحزاب السياسية) والشركات التجارية والأفراد، ويمكن هنا اعتبار نشوء الجهاز السياسي الخارجي الدعائي وقيامه وتوظيفه وتوجهه أمراً هاماً. ومن الضروري أيضاً توجيه اهتمام خاص إلى الصحافة الصادرة بلغات أخرى وكذلك إلى الإذاعات ومحطات التلفزيون المكرسة لخدمة المستهلك داخل البلد بما في ذلك مختلف الوافدين.

ومن الطبيعي أن تكون مبادئ طباعة الصحف والمجلات ووضع سيناريوهات الخطط الخاصة بالبرامج المرئية والمسموعة هامة استثنائياً.

وكما نرى، فإن النشاط العلمي والنظري في الصحافة ظاهرة معقدة للغاية وفي الوقت نفسه لها آفاقها المستقبلية التي تقدم نتائج علمية - تطبيقية هامة.

إن نظريات الصحافة الأجنبية المعاصرة كثيرة العدد مدعوة في نهاية المطاف لخدمة التطبيق الصحفي. وبالطبع إن التطبيق ذاته بأخذه الكثيرون من النظرية كتجربة فكرية - تصويرية عامة مركزة. وإن التأثير المتبادل للنظرية والتطبيق مستمر دون انقطاع، وفي بعض الحالات دون معرفة ووعي. إلا أنه يقود إلى زيادة تأثير وسائل الإعلام في القراء والمستمعين والمشاهدين من دون شك.

2- وسائل الإعلام الجماهيري والجيو - سياسة:

بغض النظر عن أشكال الملكية إن وسائل الإعلام يمكن أن تكون:

- حكومية.
- خاصة (تجارية).
- للمؤسسات الاجتماعية والأحزاب السياسية.

• خيرية (إدارة موثوقة).

• النموذج المختلط.

طبيعي أن يؤثر شكل الملكية جوهرياً في مضمون ونشاط الإصدار. ولهذا الأمر أسبابه الموضوعية والذاتية.

غالباً ما تمول وتعبّر وسائل الإعلام الحكومية عن وجهة نظر السلطات الرسمية ولهذا الهدف يتم إحداثها. والتمويل من الميزانية يعد أساساً لاستمراريتها. والإصدارات الخاصة نادراً ما تمول وتكون مضطرة إلى إيجاد الأموال بذاتها للحفاظ على استمراريتها. فللواردات من الإعلانات لا تسمح للبعض منها حتى بتضيق أمورهم. وبالنتيجة إن الصحف والمجلات أخذت تلجأ أكثر فأكثر إلى مختلف أساليب الاحتيال والتلاعب وأحياناً إلى تلك التي تقترب من مخالفة القوانين والتشريعات، مثال الإعلان "الزاحف" أي المدفوع و"الممول" بالخفاء من المنشورات. ومن بين الإصدارات الخاصة تعتبر الصحف المجانية ذات النسخ كثيرة العدد الأكثر ربحية وذلك لأنها أكثر جاذبية لأصحاب الإعلانات. وهذا أمر مفهوم، إذ لدى الصحف المجانية يكون توزيع العدد مضموناً. وقد أظهرت قدرتها على الحياة والاستمرارية تلك الإصدارات التي تدخل في مختلف أنواع الاتحادات المالية والصناعية، حيث تتم تغطية عدم ربحية البزنس الإعلامي بوساطة أرباح الشركات الأخرى ومداخلها. ويمكن أن تكون مريحة تلك الإصدارات التي تمتلك قدرة طباعة خاصة بها.

ونادراً ما تطمح الصحف والمجلات الحزبية وغيرها من إصدارات المؤسسات الاجتماعية إلى لعب دور الشركة الربحية. ويتم تمويلها بالتوافق مع إمكانيات هذا

أو ذاك من الاتحادات الاجتماعية وتقوم بعملها الدعائي - التحريضي المبدئي بناءً على تقاليدها ولخدمة أهدافها.

إن الشكل الخيري أو الموثوق للملكية نادراً ما يصادفنا والمالكون في مثل هذه الحالات يكونون عادة صندوقاً خيرياً ما، تم تأسيسه من قبل الراعين الأغنياء. ويتضمن النموذج المختلط للإصدار صفات كل أشكال الملكية التي أوردناها. وبالعلاقة بأشكال الملكية إن وسائل الإعلام الجماهيري تفسر الأحداث والحقائق والظواهر وتؤولها. وهذا أمر طبيعي. "الحقيقة لاشك فيها، أما التعليقات فحرة". لكن انتقاء الحقائق ذاته يعد موقفاً. لذلك إن التأكيد على أن وسائل الإعلام الجماهيري والاتصالات هي قنوات نقل فقط للأخبار الاجتماعية هيئات أن يكون دقيقاً.

لقد استمر الصراع في مجال المصطلحات سنوات عديدة، بين مفهومين: "وسائل الإعلام الجماهيري" و"وسائل الاتصالات الجماهيرية". فما هو المفهوم الأوسع؟ وماذا نفهم من وسائل الإعلام الجماهيري، ومن وسائل الاتصالات الجماهيرية؟

إن فيدياكن وكون، يعتقدان أن وسائل الاتصالات الجماهيرية مفهوم أوسع من مفهوم وسائل الإعلام الجماهيري. أما أفاناسيف فكان على عكس ذلك إذ أكد أن وسائل الاتصالات الجماهيرية لا تشمل جوانب مضمون الصحافة، يعني أن مفهوم وسائل الإعلام الجماهيري ذاته أوسع من مفهوم وسائل الاتصالات الجماهيرية. وكان غافرا، الذي أكد مراراً أنه من غير الهام لفاعلية وسائل الاتصالات الجماهيرية أبداً الجانب المتضمن لهذا النبأ أو ذاك متضامناً مع أفاناسيف لحد ما.

وكان فيدياكين من جانبه قد اقترح في عام 1988 توسيع مفهوم وسائل

الاتصالات الجماهيرية بإدخاله إليه وظيفة جوهرية . وكان قد أشار كارل نوردينسترينغ عام 1975 (بروفسور جامعة تامبير في فلندا، وفي الوقت ذاته كان رئيساً للرابطة الدولية للصحفيين) فيما يخص أوروبا الغربية إلى "أن دراسة الاتصالات تدخل مرحلة جديدة وهي تكتسب الشمولية من التركيز الضيق على وسائل الاتصالات المأخوذة باستقلالية عن السياق الاجتماعي وتنتقل إلى التوجه الأكثر مساحة الذي بناءً عليه ينظر إلى وسائل الاتصال كعناصر لآلية المجتمع الإيديولوجية الشاملة، التي غالباً ما تسمى بالجهاز الإيديولوجي.

وإن الاختلاط التقليدي في مجال المصطلحات ظاهر للعيان. بالمناسبة يوجد في قوانين بعض الدول الأوروبية "حول وسائل الإعلام الجماهيري تحديد واضح لوسائل الإعلام الجماهيري وللإعلام الجماهيري في الحقيقة. وهكذا، يفهم القانون من الإعلام الجماهيري المواد والأنباء المطبوعة والمذاعة والمرئية المخصصة لوسط غير محدود من الأشخاص. ومن وسائل الإعلام الجماهيري الإصدارات الدورية المطبوعة والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والأفلام الوثائقية والأشكال الأخرى للتوزيع الدوري للأخبار.

وإن مجموعة العلاقات المتبادلة في المجتمع المعاصر المتناقض والمتنوع هي عملية تواصل اجتماعي واتصال اجتماعي أيضاً. وإن ازدياد دور العوامل الاجتماعية والسيكولوجيا الاجتماعية تلزم الاهتمام بجدية بالعمليات المتعلقة بالاتصال الجماهيري التي تكون مرتبطة بتطور التقدم العلمي - التكنولوجي ، ونشوء وتوسيع تأثير الحركات الديمقراطية الشاملة، وتقوية التعاون الدولي.

وإن الفهم النظري للإعلام الاجتماعي أخذ يصبح في الأعوام الأخيرة أكثر عمقاً وشمولية، بالرغم من أن الباحثين قد اعتمدوا بشكل أساسي على دوره في الإدارة الاجتماعية (بما في ذلك الإيديولوجية) تاركين في الظل عدداً من الوظائف الهامة الأخرى للاتصال الاجتماعي. ولكن مصطلح "الإعلام الاجتماعي" لا يشمل عملية نشر الأخبار ذاتها - الإعلام أو الأخبار. وإن الإعلام الاجتماعي هو المضمون للاتصال الاجتماعي.

والاتصال الاجتماعي المحبوك في عملية الاتصالات يبدو مرتبطاً ارتباطاً لا ينفصم مع وسائل وقنوات انتقاء ومعالجة ونشر وحفظ المعلومات، ويؤثر فيها تأثيراً مستمراً وهو بالذات يتأثر بها دائماً.

ويعتقد "كون.ي.س." أن التسمية ذاتها "وسائل الاتصال الجماهيري" تتضمن في نفسها مهمة. ويسمونها عندنا على الأغلب وسائل الإعلام الجماهيري. وحتى الآن لا يزال كل سيل المعلومات رسمياً وذا اتجاه واحد، الصحافة الإذاعية، والتلفزيون تخبر القراء عن القرارات والأحداث التي اتخذت في مكان ما أو جرت فيه وبذلك كانت تعمل على الجمهور، وهذا المصطلح كان دقيقاً جداً.

وأخذوا في الآونة الأخيرة يعطون آلية العلاقة العكسية اهتماماً أكبر (رد فعل الجماهير على ما تراه وتسمعه). ويتحول نقل الأنباء بهذه الطريقة إلى تواصل وتبادل مشترك واتصال مع الجماهير. ويبدو أنه لابد من تعزيز هذا الأمر ليس فقط عملياً، وإنما مصطلحياً. عدا ذلك، يؤكد "كون.ي.س." دور وسائل الاتصال الجماهيري كأداة هامة للاجتماعية التي تزداد أهميتها بسرعة.

ومن المستحيل دراسة الوعي العام الاجتماعي دون التوجه إلى المجال الواسع للاتصال الجماهيري، ومن المستحيل أيضاً دراسة الاتصال الجماهيري كجملة تجميع للوسائل التقنية فقط (الإنشاء) ومعالجة المعلومات ونشرها. ومن الدقة بمكان النظر إلى الاتصال الجماهيري كعملية اتصال جماهيري متكاملة تتضمن إلى جانب المعلومات (الجانب الخاص بالمضمون)، أيضاً الأشكال اللغوية- الرمزية للتعبير والقنوات التكنولوجية والمعدات ووسائل النشر والتوزيع والحفظ وإظهار المعلومات ومعالجتها والعلاقة العكسية. ولابد من التعامل مع الاتصال الجماهيري من المنطلق العقائدي بالدرجة الأولى ذلك لأنه مرتبط بالحياة الاجتماعية والوعي الاجتماعي، ونفاذ (تخلل) مجالات الوعي الاجتماعي تلك مثل الإيديولوجيا والسيكولوجيا الاجتماعية والعلوم، وتحديد أشكال الوعي الاجتماعي السياسية والقانونية والأخلاقية والدينية وغيرها في كثير من الحالات. وعند دراسة الاتصال الجماهيري لابد من أخذ الفوارق بين المستويين الاعتيادي والعلمي للوعي وروابطه الجماهيرية والمتخصصة والفردية بعين الاعتبار. وعندئذ بالذات يكون من الممكن إدراك مكانة الاتصال الجماهيري في المجتمع المعاصر بعمق.

إن العديد من الباحثين نظروا إلى وسائل الإعلام الجماهيري ووسائل الاتصال الجماهيري كمترادفين. وأشار بشكل خاص إلى ذلك ف.غ. أفاناسيف الذي قال: "لقد انتشر في الأدب العالمي وبشكل واسع مصطلح "وسائل الاتصال الجماهيري" الذي يدل على الصحافة والإذاعة والتلفزيون". ونعتقد أن استخدام هذا المفهوم في معناه هذا ليس شرعياً بالشكل الكافي.

الاتصال (من اللاتينية : communication - إعلام) - وطرق الإعلام وسائل الربط في حين أن الإذاعة والصحافة والتلفزيون ليست على الإطلاق طرقاً للإعلام ولا وسائل ربط فقط. وإن اكتفينا بهذا التعريف فيبقى جانب المضمون فيها بعيداً. وجانب المضمون بالذات والتوجه الهادف هو الأساس.

كانت وسائل الإعلام الجماهيري تستخدم دائماً للتأثير على الناس وعلى عيهم وسلوكهم وعملهم وحياتهم ومعيشتهم. وغالباً ما كانت تعتبر مصدراً لكل التحولات الاجتماعية. وبالفعل إن الصحافة والإذاعة والتلفزيون هي المصادر الأساسية للمعلومات لإعلام الناس وبخاصة الأخبار السياسية.

وتعد وسائل الإعلام الجماهيري في أكثر البلدان ملكية للاحتكارات الكبرى. وتعود الصحافة والإذاعة والتلفزيون على المحتكرين بأرباح هائلة ومتزايدة. ومن الطبيعي أن تخدم وسائل الإعلام الجماهيري بإخلاص أصحابها. إن احتكار الصحافة يشير مثلاً الصحفي الفرنسي بوايين قد أدى إلى أن "يفقد المستهلك حريته". "ويعد التأكيد على أن سوق الصحافة مفتوح لكل المقترحات وبالتالي حرية الخيار غير محدودة عملياً تأكيداً كاذباً".

إن عملية مركزة وسائل الإعلام الجماهيري واحتكارها تقود إلى توحيد المضمون والمحتوى وإلى رفع مستوى التأثير الموجه في الجمهور. وقد أشار إلى ذلك بن باغدينيان وغيرهارد غلياسبيرغ، والكثير غيره من الباحثين. وكتب مايبير من ألمانيا قائلاً: "ما أن يبدأ ناشر واحد فقط بإصدار عدد من الصحف ، حتى ينشأ خطر أنها في وقت من الأوقات سوف تصبح خاضعة لإدارة سياسية واحدة، أي إرادة ناشرها بالذات. وهكذا، يمكن أن تكون نتيجة الاحتكارات الحد من تنوع المعلومات. ويمكن حتى أن تؤثر في حرية الأحزاب السياسية . وتستطيع

الاحتكارات الصحفية الكبرى فرض إرادتها أيضاً على الناشرين الآخرين وإملاءها. وباستخدامها الأجهزة التقنية الأكثر حداثة ومحفظتها المليئة بالأموال تستطيع بسهولة الخروج منتصرة من الصراع التنافسي مع دور النشر الصغرى أو المتوسطة. وفي الكثير من الحالات ولكي يتنازل الأكثر ضعفاً يكفي تهديد واحد من قبل الاحتكار الأكبر والأقوى عن طريق المنافسة.

ويعد احتكار الرأي العام ووعي الناس وسلوكهم خطراً جدياً على الديمقراطية الحقيقية. فالتكوين والتحكم الهادف بالرأي العام في أيامنا هذه أضحى تطبيقاً عملياً. وعند وصفه لجوهر التحكم كتب غوستاف فاربير (ألمانيا) في كتابه "الأكثرية المتحكم بها": "يستخدم المشعوذون الخدع. لكن في وقتنا الراهن يستخدم الخدع أيضاً حتى المتحكمون السياسيون والاقتصاديون - السياسيون والثقافيون - السياسيون. وإن المشعوذين والمدعين في التحكم بهذا المعنى ليسوا بعيدين كثيراً بعضهم عن البعض الآخر. إلا أن المشعوذين يعملون في سبيل اللعب والتسلية والخدعة كهدف بحد ذاتها. أما المتحكمون في الإدارة الحديثة وبغض النظر عن المجال الذي يعملون به يعملون بجدية تامة لأهداف مكشوفة ومخفية، لأنهم يشكلون السلطة. السلطة على الآخرين المتحكمين بهم". ويضيف فاربير، إن التحكم "أكثر أشكال الديكتاتورية حذاقة".

وتعد وسائل الإعلام الجماهيري المطبوعة والألكترونية - الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، أكثر وسائل التحكم تأثيراً وفاعلية. هذه الوسائل، يكتب الباحث السياسي الأمريكي ك. غريدريخ هي السلاح "للتحكم بموقف الناس من النظام السياسي بهدف جعلهم يقدمون الدعم لهذا النظام أو على الأقل لا

يعارضونه مهما كان هؤلاء الناس، مواطني بلد واحد أو أجنبى ربما فى ذلك قادة الدول الأخرى".

إن أى متلقٍ للأخبار يتمتع بأفكار مقولبة محددة. والقوالب هى الصور الثابتة، وكقاعدة، المبسطة والتصورات عن هذا الحدث أو الظاهرة أو الإنسان وغيره أو ذاك السلبى أو الإيجابى . وإنها تتكون نتيجة لتركيز الإنسان المتكرر والانفعالى والدال على هذه أو تلك من جوانب الحدث (الواقعة)، وإدراك الإنسان المتكرر لهذا الحدث (الواقعة) أو الخبر عنه. والقالب يشمل ميزات الحدث الأكثر وضوحاً ونصوعاً وليس الميزات الجوهرية. ويستقبل تقدير الحدث المتناسب مع القالب على الأغلب دون برهان ويعتبر الأكثر صحة، أما أى تقدير آخر فيتعرض للشك. وهذه الخصوصية لوسائل الإعلام الجماهيرى تستخدم من قبل الخبراء والمختصين فى مجال التحكم.

إن إحدى الطرق الأساسية للتحكم المستخدمة من قبل وسائل الإعلام الجماهيرى هى تمويه الواقع. ولهذه الأهداف يتم تشخيص الأحداث الاجتماعية، أى جعلها شخصية، وتجمع القضايا الاجتماعية- السياسية الكبرى لتحليل الصفات الشخصية لرجال السياسة واهتماماتهم وأخطائهم وإساءة تقديراتهم، وتفسر النزاعات الاجتماعية كنزاعات شخصية وغير ذلك. ويكتب عالم الاجتماع الألمانى الغربى ت. أدورنو: "لقد تضمنت الأدبيات الشهيرة منذ أول أيام ظهورها مثل النزعة للتكيف والانقياد. والآن، إن هذه المثل تظهر على شكل صفات واضحة المعالم تماماً لما يجب أن نفعل أو لما يجب ألا نفعل. وإن نتيجة (نهاية) النزاع تكون معروفة مسبقاً، وكل هذه النزاعات عبارة عن أوهام بأوهام. والمجتمع

دائماً هو المنتصر أما الإنسان فما هو إلا الصناعية التي يتحكمون بها بفعل المعايير الاجتماعية.

وكما نرى، فإن وسائل الاتصال الجماهيري ووسائل الإعلام الجماهيري تستخدم من حيث مضمونها المعلومات الاجتماعية. والصحافة تعمل في أطر وسائل الإعلام الجماهيري، بالرغم من أن الأنباء التي تنشرها في الظروف المعاصرة تضاف إليها قنوات العلاقة العكسية، أما السلعة الإعلامية فتصبح شاملة ونشطة. وهكذا، إن وسائل الاتصال الجماهيري، إن أخذنا بعين الاعتبار جانب المضمون فيها، تعتبر مفهوماً واسعاً أكثر من وسائل الإعلام الجماهيري، لكن هناك توجهاً لتقريبها من بعضها.

وإن وسائل الإعلام الجماهيري عندما تعكس الحالة الراهنة للعالم تقوم في آن واحد بدور هام للغاية في مجال تحقيق الأهداف الجيو - سياسية.

وما يسمى "بمشروع أنينبيرغ" الذي نفذته إدارة دراسة الاتصالات السياسية في الجامعة الشمالية - الغربية في الولايات المتحدة الأمريكية يعتبر نموذجاً لذلك. لقد كان المشروع موجهاً شكلاً إلى طرح مختلف الآراء في مجال تقدير تأثير تكنولوجيا الاتصالات على السياسة. وكان هناك هدف آخر أيضاً: ليكون جسراً بين صناع السياسة وممثلي الرأسمال الصناعي والأوساط الأكاديمية للبحوث والصحافة والجماهير. وصرح علناً أحد رؤساء برنامج أنينبيرغ في واشنطن الخاص بدراسة الاتصالات السياسية إلفين أ. سنايدر عن التعادل المتبادل بين الإدارة الأمريكية وبين وسائل الإعلام الجماهيري وقال: "من الجانب الأمريكي، كانت أهداف الدبلوماسية العلنية في الحرب الباردة تطرح بدقة متناهية خلال

سنوات عديدة من قبل البيت الأبيض والكونغرس كي يعرف الخبراء والمختصون بالإعلام ماذا ينتظر منهم.

وأعلن الرئيس جون كينيدي بوضوح لمدير يوبي أ إدوارد ر. مورو أن على الأخير التأثير في العلاقات الاجتماعية في الأمم الأخرى. وبالتحديد كان على مورو أن يوضح الخصم وأن يواجه العدو. أما رونالد ريغان فقد أصدر مرسوماً أمر فيه البرامج الإذاعية والحكومية الأمريكية بخوض معركة مع التوسع السوفييتي. صحيح هذا أم لا، لكن الموصلين (المرسلين) الحكوميين كانوا يمتلكون التعليمات المتعلقة بهم من قبل البيت الأبيض.

وكان على الرئيس كلينتون أن يصوغ بوضوح أماله التي توخاها من الدبلوماسية العلنية. وكان لابد من التحديد الواضح للأهداف بعد الحرب الباردة. وفيما بعد كان على الخبراء الحكوميين في مجال الإعلام وعلى الكونغرس النظر في قضية هل تعد ميزانية الإذاعة فاعلة في عصر التكنولوجيا الجديدة... ؟ وكل إعادة تنظيم للإذاعة الحكومية الدولية يجب أن تحل هذه المسألة، وأن تعترف بالتكنولوجيا. وكانت آمال الكونغرس أيضاً واضحة ومحددة عن طريق مراحل الكتاب الأبيض "تحقيق النصر في الحرب الباردة: الهجوم الإيديولوجي الأمريكي" فجاء في نبأ للجنة العلاقات (الشؤون) الخارجية للبيت الأبيض عام 1964 أن الدبلوماسية العلنية يجب أن "تبعثر الأسطورة وكأن الرأسمالية هي نظام استغلالي ويريد السيطرة على العالم. وأن الشيوعية حتمية... ومستقبل العالم هو للمجتمعات الديمقراطية. إن برنامج البيت الأبيض طويل الأمد هو نظرية جلية للأهداف والمهام ومتطلبات جوهرية لأي برنامج يسعى إلى التأثير على السكان الأجانب. وعلى الكونغرس أن يعيد النظر في نظريته إلى الدبلوماسية المعلنة في عالم اليوم

الذي من المحتمل أن يملك الحق بالمبادرة إلى "سيطرة على العالم: الهجوم الإعلامي الأمريكي".

ويؤيده نيوتون مينو المدير العام لبرنامج أنينبيرغ في واشنطن بقوله: "إن نهاية الحرب الباردة طرحت مسائل جديدة تتعلق بالعلاقات الخارجية الأمريكية . وكيف أن تنظر إلى الخارطة المعلقة على جدار مدرسة ابتدائية كي نرى كيف تغير العالم درامياً بدءاً من انفجار الإمبراطورية السوفييتية منذ سنوات قليلة. وكيف ظهرت قوميات جديدة، وكيف يسعى الأعداء - الذين كانوا في السابق يحاولون القضاء على بعضهم البعض - إلى إيجاد الطرق إلى التعاون. إنهم يعملون في سبيل إدخال اقتصاد السوق ويستخدمون أفضليات الحرية وقيم الديمقراطية. وكيف نقل التلفزيون عن طريق الأقمار الصناعية والألياف البصرية والكمبيوترات وتسجيل الفيديو الدبلوماسية المعلنة إلى مرحلة جديدة.

وكانت المحطات الإذاعية "صوت أمريكا" وإذاعة "أوروبا الحرة" وتلفزيون "وورلدينغ" التي تنقل أنباءها عن الحقيقة والدعوة إلى الحرية والسلام للقضاء على جهود الأنظمة الشمولية الساعية إلى إدارة الأنباء، أدوات الإعلام الأمريكي في أعوام الحرب الباردة التي لعبت دوراً مفتاحياً وأساسياً في انهيار الشيوعية. لكن مع افتتاح الروابط السرية أولاً ظهرت تحديات جديدة وإمكانيات جديدة. وبحث البيت الأبيض والكونغرس والوكالات الفيدرالية عن طريق تغيير الدبلوماسية العلنية في مسائل عدة.

ما هي الآفاق أمام الحكومية في مجال الإرسال الإذاعي في سوق وسائل الإعلام الجماهيري العالمي التجاري المكتظ؟ وكيف تستطيع الأدوات الجديدة للدبلوماسية العلنية التأثير على قيادة الثورات الديمقراطية؟ وهل هناك فرص

مشتركة بالنسبة للإرسال الإذاعي الحكومي الأمريكي والتلفزيون الاجتماعي الأمريكي؟.. ولقد حلل إلفين ستايدر التكيف الأفضل للدبلوماسية الاجتماعية مع المجتمع الدولي المتغير.

ويفهم من "الثورات الديمقراطية في هذه الحالة نشر" القيم الأمريكية بالذات وليس الحركة المعادية للإقطاع التي تنزعها البرجوازية الوطنية في هذه البلد أو ذاك، ولا حتى حركة التحرر الوطني. وهكذا تقوم وسائل الإعلام الجماهيري بدور السلاح لتحقيق الأهداف الجيو - سياسية المعينة.

إن انهيار النظام الاستعماري بعد الحرب العالمية الثانية لم يكن بالطبع نتيجة للمساعي الطيبة "للمستعمرين" وإنما أضحي ممكناً فقط بفضل حركة التحرر الوطني. وأبقت الدول المستعمرة عند خروجها من المستعمرات السابقة الكثير من المشاكل غير القابلة للحل، إضافة إلى أنها أوجدت مشاكل جديدة في بعض الحالات، ومن بينها الخلافات الحدودية والنزاعات العرقية والعنصرية والدينية والمشاكل اللغوية المعقدة والتخلف الاقتصادي. إن كل هذا يخلق الظاهرة تلك مثل الاستعمار الجديد المتخفي وراء مختلف الأقنعة. لكن إن كان هناك استعمار جديد فمما لا شك فيه سوف تكون حركة تحرر وطني بهذا الشكل أو ذاك. أين وإلى أي حد يمكننا الحديث عن حركة التحرر الوطني؟

إن هذا السؤال ليس بتلك السهولة على ما يبدو. في الكرة الأرضية يفوق عدد الشعوب كثيراً عدد الدول الوطنية المستقلة. وهناك دول فيدرالية وكونفدرالية من الشعوب تتمتع باستغلال ثمار الإدارة الذاتية الثقافية - الوطنية. وهناك أشكال أخرى لتقرير المصير. لكن سعي الشعوب والأمم إلى تأسيس دول مستقلة ذات سيادة لا يجوز إزاحته من الحسابات.

وللأسف، إن التوجهات المذكورة أعلاه تكتسب أكثر فأكثر شكل الانفصالية ولبشكال مشوهة جداً. على سبيل المثال جمهورية يوغوسلافيا الاشتراكية الفيدرالية السابقة التي انقسمت إلى العديد من الدول الصغيرة، و"طلاق" تشيكيا وسلوفاكيا، ومساعي بعض الزعماء السياسيين في دول البلطيق إلى تشكيل دول وحيدة الأعراق، إن كل هذا يدل على تلك الصعوبات والإلتواءات ممكنة الحدوث على طريقة دستورية النظم السياسية الجديدة. ونصادف في عدد من نعوت الانفصالية كلمات مثل: "الانفصالية... تعبر عادة عن المصالح الضيقة لبعض أوساط البرجوازية المحلية أو الأجنبية"، هل فعلاً إن السعي إلى الانفصال القومي من فائض أشكال التدبير الرأسمالي المبكر ويستجيب لمصالح كل الأمة، أو - في الظروف الراهنة - لمصالح مجموعة صغيرة من الأفراد الذين يحددون النهج السياسي للدولة؟ والسعي إلى التكامل وإلغاء كل ومختلف الحدود (لنتذكر شعار الولايات المتحدة الأوروبية الذي بدأ قريباً) الذي يعتبر صفة من صفات الرأسمالية المتطورة، قد اصطدم بالعمليات الهائلة المضادة للتكامل. ما الذي تملكه في النتيجة إذا؟ بدلاً من أوروبا موحدة نجد عدداً أكبر من الدول الصغيرة والصغيرة جداً، وعوضاً عن الاتحاد السوفييتي المستقر نجد من حيث الجوهر العديد العديد من تشكيلات قومية تعاني باستمرار من نزاعات السياسة التي لا يمكن التنبؤ بها ومن الاقتصاد المنهار أو الذي ينهار وإن السعي إلى تشكيل دول متعددة الأعراق يمكن أن يؤدي إلى المحال " فإن اسكتلاندا وويلز وإيرلندا الشمالية عليهم أن يخرجوا من قوام بريطانيا العظمى عند اتباعهم هذه السياسة وهذا المنطق، وعلى الهنود الحمر الأمريكيين طرد البيض من أراضيهم، وسكان أستراليا الأصليون يجب أن يطردوا القادمين والذين قدموا من خارج القارة.

إن الانفصالية تستغل على الدوام شعارات حركات التحرر الوطني فهل هي كذلك؟ والمعيار لذلك يمكن أن التطبيق والمساعي الهادفة اليومية للأمم وللأسف، إن الدول الفتية التي حصلت على استقلالها وسيادتها تتناسى بالكامل حقوق الإنسان والتجربة الدولية المتكونة. بالطبع، إنها تعلن عن ولائها والتزاماتها بالقيم الإنسانية، لكن كل هذا كلام فقط. وهناك العديد من الأمثلة على ذلك. إليكم مثلاً ألبان كوسوفو الذين حصلوا على حكم ذاتي بمساعدة طائرات حلف الناتو فهم الذين يقوضون الاستقرار في منطقة البلقان الآن، بقيامهم باعتداءات مستمرة على جمهورية مقدونيا.

ولا يمكن التوفيق بين التعصب القومي والانفصالية وبين حقوق الإنسان. ولهذا السبب من السهل جداً التعرف على الانفصاليين في الإيديولوجيا: إنهم يروجون لعدم التهاون العنصري والعنصري. والمظاهر المتطرفة للانفصالية تعتبر وسطاً جيداً للتطرف السياسي. وإليكم على سبيل المثال طاجيكستان وأوزبكستان وقزغيزيا وكازاخستان. ففي أي دولة من هذه الدول تعيش مجموعات أقليات قومية منفردة ميالة للانفصال. وتحدث بشكل خاص عن ذلك أحداث السنوات الأخيرة في هذه البلدان. فقد وجد القوميون المتعصبون والانفصاليون حلفاء لهم في طالبان. فحركة طالبان التي غذاها الغرب لم تكتف بالعمل في أفغانستان. فقد تدرب في معسكرات وتشكيلات طالبان العسكرية الانفصاليون والمتطرفون دينياً من مختلف البلدان بما فيها الدول العربية، و ن هنا كذلك إعداد وتحضير الإرهابيين.

إن التطرف السياسي لم يقدم بعد ولا في أي وقت من الأوقات نتائج إيجابية مستقرة. وبدا أن هفي البلد الذي فيه التزام بحقوق الإنسان ويعيش الشعب كفاية

يجب ألا تظهر مظاهر الانفصال فيه، لكنه موجود لأنه يسمح مع ذلك بتحقيق أهداف جيو- سياسية معينة. وكلما قسمت الدول التي كانت في الماضي موحدة إلى تشكيلات صغيرة أكثر، كلما كان من الأسهل إدارة (التحكم) في العالم. "فرق تسد" إن شعار المستعمرين هذا أخذ مرة أخرى سلاحاً ويستخدم في الواقع . وتطبيقات وسائل الإعلام الجماهيري التي تهيمن عليها حكومات الدول الغربية الكبرى.

وإن الجيو- سياسة المعاصرة التي وجدت لنفسها انتشاراً في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأخرى ما هي إلا طموحات للدول الإمبريالية الكبرى من أجل السيادة على العالم، ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالعنصرية والشفونية والهيمنة والتوسع. ويؤدي استخدام وسائل الإعلام الجماهيري لأهداف ومصالح جيو- سياسية إلى مظاهر متطرفة للتعصب العرقي والقومي والديني في وسائل الإعلام الجماهيري ذاتها.

وهكذا إن طالبان في أفغانستان منعوا منعاً باتاً التلفزيون والسينما والصحف تاركين الإذاعة فقط وتحت رقابة قادة حركة طالبان.

وأخذ توجه نحو تشكيل دول وحيدة الأعراق بعد انهيار الاتحاد السوفيتي والمنظومة الاشتراكية، وفي العديد من الدول التي تشكلت حديثاً وذات السيادة الأمر الذي انعكس من دون شك على وسائل الإعلام الجماهيري. ولنأخذ لاتفيا على سبيل المثال.

ويصف العالم السياسي المختص في الأعراق إيرنست هيلنير التعصب القومي بالمبدأ السياسي الذي يتألف جوهره من الوحدات السياسية والاقتصادية التي يجب عليها أن تتطابق. وحسب هيلنير إن الشعور القومي المتعصب هو

شعور الغضب الذي سببه مخالفة هذا المبدأ، أما الحركة القومية المتعصبة هي حركة مليئة بشعور من هذا النوع. وبعبارة أخرى، إن مبدأ التعصب القومي يتطلب أن تنعم الجماعة العرقية بحق التمتع بالسلطة المطلقة في البلد. ويشير يوريس تسيليفيتش المدافع عن حقوق الإنسان قائلاً: "لن نناقش هل هذا المبدأ صحيح أو لا. المهم شيء آخر: الشوفينية (في تأويل هيلنير) والنظرية المعاصرة لحقوق الإنسان تشكل من حيث الجوهر نظريتين متناقضتين ومتنافيتين من حيث المبدأ".

إن تحليل التطور السياسي في جمهورية لاتفيا خلال السنوات الأخيرة يظهر بجلاء: أن الدولة التي تعتبر قاعدتها الإيديولوجية التعصب القومي بالذات قد تشكلت، وحسب فهم هيلنير ويمكن مصادفة التأكيد على ذلك في جميع أنواع الصحافة اللاتفية. و أن نظرية السلطة ووسائل الإعلام الجماهيري الداعمة لها تعود إلى الآتي: لاتفيا هي دولة اللاتفيين أما الباقيون فهم ضيوف ويجب على اللاتفيين أن يتمتعوا بكل وكامل الحقوق بما فيها حق تقرير مصير.

يعتبر هذا جزئياً نتيجة لسياسة العودة إلى عام 1940. يقول تسيليفيتش: " إن العودة تحدث ليس فقط في المجال القانوني والحقوق، بل وفي المجال الفكري أيضاً، إذ إنه حينذاك لم تكن هناك نظم المعاهدات الدولية حول حقوق الإنسان، لكن النازية كإيديولوجيا رسمية كانت أكثر انتشاراً، وإن لاتفيا كانت وكأنها مجمدة خلال خمسين عاماً وهي تسعى الآن للعودة إلى أوروبا ما قبل الحرب العالمية الثانية".

وأضحت مسألة لغة الدولة الرسمية أحد الجوانب الأهم لسياسة لاتفيا الوطنية. فعند تشكيل الدولة اللاتفية المستقلة كان ينظر إلى اللغة من منطلق ضرورة حمايتها، لأنه حتى إصدار أول قانون عن اللغة في 1969 كانت اللغة اللاتفية

من الناحية العملية لغة إقليمية في الدولة الكبيرة الواحدة والاتحاد السوفييتي. وعبر العلماء اللاتفيين عن الوضع المتأزم في هذا المجال وعن خطر الزوال التدريجي للغة وكأن كارثة ثقافية - عرقية ستحصل. لذلك فإلى الفكرة الأساسية التي تنفذ بإصرار والواردة في القراءة الأولى "لقانون جمهورية لاتفيا عن اللغات" كانت الآتية: توفير الإمكانية في كل مكان اللاتفية فقط في التداول ومن هنا نشأ المطلب المحدد: على الجميع إتقان اللغة الرسمية في الدولة وبخاصة أولئك الذين يمثلون الدولة بهذا الشكل أو ذاك في مجالات التواصل، أي الموظفون والأطباء والعاملون في مجال الخدمات.

وقد علق السياسي الأمريكي والمدافع عن حقوق الإنسان نيلي مويجنكي على ما يحدث في هذه الجمهورية قائلاً: "انطلاقاً من المنطق الطبيعي والعقل السليم كان من المفترض التخفيف من المتطلبات اللغوية بعد الحصول على الاستقلال. لكن القانون الذي اتخذ في القراءة الجديدة (عام 1993) لا يركز أبداً على المنطق. ففيه فكرة أخرى مغايرة تماماً نقول: إن استثناء إمكانية البقاء بشكل طبيعي دون معرفة اللغة اللاتفية الفارق هنا مبدئي".

إن الصحف الصادرة باللغة اللاتفية دعمت قانون اللغة الذي اتخذ عام 1992. ودخلت بجدل خاص مع الصحفيين الروس وبنشاط جريدة "أتمموا" التي كان لها في تلك الفترة تأثيرها الكبير على الوعي الاجتماعي في أوساط اللاتفيين. وكانت المواد والمقالات التي تنشرها "أغودا" حول السياسة اللغوية تلاقي صدى واسعاً بين الأوساط التي تتحدث الروسية. فمثلاً نظر بجدية على صفحات "أغودا" إلى الفكرة التي عبر عنها الفيلسوف والمعلق السياسي ف. زارينش والتي تقود إلى

التالي: عند حل مسألة المواطنة (الجنسية) لابد من أخذ مسألة بأي لغة يتحدث طالب الجنسية في الأسرة بعين الاعتبار.

واتخذت الصحف الصادرة باللغة الروسية جواباً على ذلك موقفاً راديكالياً، منتقدة الحكومة بقوة ومستغيثة بالمنظمات الدولية لحقوق الإنسان.

فصرح ألكسندر بلينوف الذي كان يشغل منصب رئيس تحرير جريدة "تشايف" آنذاك قائلاً: "لا أعتقد أن السيد أليكسي الذي يسطع نجمه الآن يقصد بجديّة، بأنه لحماية اللغة اللاتفية وزيادة شهرتها يجب إلزام آلاف الناس بتعلم هذه اللغة. فإن الضغط اللغوي ببساطة ما هو إلا أداة أخرى من أدوات الضغط السياسي. ومن الهام جداً الآن بالنسبة لنا عدم نقل الكراهية إلى الإقليمية المحاربة للوطنيين القوميين في اللغة اللاتفية ذاتها. وعدم مطابقة الموظفين والنواب الذين يعوضون مجتمعاتهم المتعاونة مع الأعداء وتشبيههم بكل الشعب اللاتفي".

إن موضوع التعصب القومي والمسألة القومية وجوانب البناء الاجتماعي والسياسي المرتبطة بهما أخذت تحتل مكاناً رئيسياً منذ زمن بعيد بين منشورات وسائل الإعلام الجماهيري في لاتفيا. وهذه الظواهر مثل الشوفينية والتعصب القومي والتطرف السياسي ليست نادرة على صفحات الصحف الصادرة باللغة الروسية واللاتفية. إن ذلك يعمق الهوية والانقسام بين العرقين في الصحافة. وبالتالي في الوعي الاجتماعي أيضاً. ويمكن الحديث عن توجّهين لتعايش الصحافة الروسية واللاتفية. إنهما إما يتجاهلان بعضهما البعض نهائياً وبالكامل وإما يخوضان جدلاً حاداً دون أن يحاولا الاستماع إلى حجج وبراهين الآخر. وبالطبع إن هذا الوضع لن يوصل وسائل الإعلام الجماهيري إلى حوار بناء ولن يساعد على التقارب والتفاهم بين الطوائف والجماعات.

لقد تعرضت التركيبة السياسية في جمهورية لاتفيا ومعها الصحافة خلال السنوات العشر الماضية إلى عدد من التغيرات الجدية الهامة. فلم تعد وسائل الإعلام حكرًا على الدولة، إلا أن استقلاليتها لم تزل شكلية. إذ تقف قوى سياسية معينة (بعض السياسيين والأحزاب والحركات أو حتى الدولة) وراء العديد من الأجهزة الإعلامية. هذه القوى تمرر من خلال هذه الوسائل الإعلامية أفكارها السياسية التي تتحكم بالوعي الاجتماعي مؤثرة في المتلقي تأثيراً مكشوفاً أو مخفياً، وتميز هذه الظاهرة إلى درجة كبيرة الصحافة "اليمنية" و "القومية الراديكالية".

وتبقى كذلك التبعية الاقتصادية لأصحاب الإعلانات والبنى المالية التي تدعم هذه أو تلك من المطبوعات. والصحافة الصادرة باللغة الروسية، الجرائد والمجلات تتصف بتبعية أكثر لشروط السوق وظروفه. ويفسر هذا بأنها لا تحصل على معونات حكومية، وذلك لأنها تنشر الأخبار والمعلومات "باللغة الأجنبية" ولا بد من الإشارة إلى أن وسائل الإعلام الصادرة والناطقة باللغة الروسية في لاتفيا أقل بكثير من اللاتفية وعددها مستمر بالتناقص مع العلم أنها في وضع ديموغرافي متساو (في البلاد بشكل عام يعيش 52% من اللاتفيين و 48% من المتحدثين بالروسية، وفي ريغا 60% يتحدثون الروسية، أما في دواغافيليس، فتبلغ نسبتهم 90%).

وتقع الإذاعة والتلفزيون تحت ضغط القانون التمييزي الذي يحد من إرسال الإذاعة والتلفزيون الحكوميين باللغات التي لا تعتبر لغات رسمية. فالطائفة الروسية مجبرة على أن تشاهد القنوات التلفزيونية عن طريق تلفزيون الكابل (أورت، وأرتي في وتي في - 6 وغيرها)، وكما تظهر الدراسة الاجتماعية، أن 47% من سكان لاتفيا شاهدوا في تموز عام 2001 قناة LNT، و 20% قناة

LTV1، و 18% قناة TV1، و 10% قناة أورت (TEM)، و 5% قناة LTV2. لكن هذا يخص كل البرامج بما فيها المسلسلات التلفزيونية وبطبيعة الحال إن شعبية الأخبار مغايرة.

ولقد بدأ التلفزيون في لاتفيا في كانون الثاني عام 2002 الاستعداد للانتخابات البرلمانية التي كانت مقررة في أيلول، وقد لوحظ هذا من خلال تنقلات الكوادر. فشغل منصب مدير البرامج في التلفزيون اللاتفي بالدور أبنيس. وقد اعتبر كل المراقبين تقريباً هذه التنقلات نقلة سياسية للسلطة: فإن بالدور أبنيس يمكنه أن يؤثر في مضمون واستمرارية إرسال البرامج الإخبارية باللغة الروسية التي أعطيت فقط 14 دقيقة في اليوم. وبمناسبة هذا التعيين نشرت جريدة "تلغراف" استناداً إلى BMF Callup Madia شعبية القنوات التلفزيونية وشهرتها وسط الجمهور اللاتفي وغير اللاتفي. وهكذا توزعت شعبية القنوات التلفزيونية وسط اللاتفيين على الشكل التالي: 39.7% - LNT، 25.5% - LTV، 21.3% - TV3، 7.1% - LTV2، 4.3% - OPT، 2.1% - TV5. وبالطبع المؤشرات مغايرة في الوسط غير اللاتفي: 38.1% - OPT، 22.5% - LNT، 19.1% - TV3، 7.3% - LTV2، 6.6% - TV5، 5.9% - LTV1. وللراديو في لاتفيا خصائصه كذلك. وهكذا، فإن محطة الموجة المتوسطة الوحيدة مغلقة والمستمعون يستمعون فقط للبرامج على الموجات FM، YKB. وبالنتيجة إن الأكثرية الساحقة من الأراضي الريفية قد "أغلقت" عن البث الإذاعي ولا تستطيع الحصول على المعلومات عن الأحداث في الجمهورية. وبناءً على معطيات BMF Gollup Media إن المستمعين، حسب توزيع الزمن، يفضلون أكثر "راديو لا تفيا" (27% من المستمعين) ومن ثم ثاني إذاعات

راديو "لا تفتأ" 2 (15%). "البزنس والبلطيق" و SWH+ (لكل منهما 12%)،
إذاعة SWH (11%)، "سوبر FM" (7%) "سكونتو"، "ستار FM"، "مساحة
المنزل" و "راديو PLK100 FM" (لكل منها 6%)، MIX FM (5%)، "الراديو
المسيحي" (1%). ونسبة باقي المحطات الإذاعية الباقية مجتمعة تصل إلى 5%.
أجريت الدراسات من 6 آب حتى 21 أيلول عام 2001.

تعمل في ريفاً خمس محطات FM باللغة الروسية، والأكثر شهرة بينها هي
محطة "الراديو الروسي" حسب تقديرات الصحفي نيكولاي كابانوف وقد تعرض
مدير "الراديو الروسي" غوروف مراراً للقصاص و المخالفات في المجلس الوطني
للإذاعة والتلفزيون، وأوقف البث مراراً بسبب عدم الالتزام بقانون اللغات.

وحدثت في كانون الثاني عام 2002 في إذاعة "راديو PIK فضيحة مفادها
أن الصحفيين أضربوا عن العمل. وكان السبب تخفيض الأجر التعسفي وإعادة
صياغة العقود الذي أجراه صاحب المحطة يوري جورافليوف.

وكما نرى مما سبق، فإن وسائل الإعلام الجماهيري الحديثة في لاتفيا تعكس
كل جوانب حياة البلاد الاجتماعية السياسية وتنوعات ها وهي قادرة على تكوين
الرأي العام وإدارته. وفي ظل قانون الإذاعة والتلفزيون التمييزي، تتمتع وسائل
الإعلام المطبوعة بأفضليات عدة للتأثير على الجمهور الذي يتكلم الروسية. إن
الطائفتين الروسية واللاتفية تعيشان حتى هذا الحين في أوساط إعلامية مختلفة،
الأمر الذي يعيق تقاربهما. فنشر تعليقات الصحف اللاتفية في الصحافة الروسية
ومعرفة الكثير من الروس اللغة اللاتفية واللاتفيين اللغة الروسية لا يحل المشاكل
أبداً.

ويحدث هذا الوضع حالة اجتماعية سلبية أخرى هي أن الطوائف العرقية المتنوعة التي تعيش جغرافياً في لاتفيا في دولة واحدة كأنها تقطن في أماكن مختلفة. والصحافة الروسية واللاتفية تصور مختلف الوحات العامة لاسيما المتقابلة على طرفي نقيض. ويتم التعبير عن ذلك أحياناً مع غياب المعلومات والأخبار لهذا السبب أو ذاك. وينشأ في مثل هذه الحالة الجوع الإعلامي الذي من السهولة بمكان استخدامه لأهداف التحكم. فإن الصحافة الصادرة باللغة اللاتفية تتجاهل تماماً تقريباً مصالح السكان الناطقين باللغة الروسية مسمية الروس "محتلين" و "أجانب". وبدورها تركز الصحافة الروسية كثيراً على قضاياها دون أن تعطي الاهتمام المستحق للأحداث التي تجري في الجمهورية. فهذا الوضع لا يساعد إطلاقاً على تقارب العرقين الروسي واللاتفي، بل على العكس - من دون قصد (التجاهل البدهي) أو مباشرة (إشعال التفرقة القومية) - يعمل لصالح الانقسام والتناؤ.

وبغض النظر عن الإعلان الصريح عن الشعارات الديمقراطية، إن لاتفيا عملياً تدعو إلى سياسة الدولة ذات العرق الواحد حيث أضحت الشوفينية إيديولوجية رسمية. وبالطبع، لقد لعبت الصحافة في ذلك دوراً كبيراً. فمن جهة "لولب الصحف" للصحف النوعية في الرد على خروقات حقوق الإنسان في لاتفيا (على الأغلب الأقليات القومية)، ومن جهة ثانية، الدعاية المكشوفة للأفكار الشوفينية المتطرفة قومياً والتي تقود إلى العداء القومي.

ويمكن المتابعة في وسائل الإعلام إلى جانب أفكار الدولة ذات العرق الواحد ولادة ديمقراطية حقيقية لبناء سياسة قومية تكون فيها حقوق الإنسان من أول الأولويات وأيضاً - موديل البلطو - للافان مع حق البلطو - سلافان - تقرير

المصير السياسي والثقافي. إلا أن هذه التوجهات لا تزال وللأسف قليلة الانتشار في وسط الأمة ذات اللقب اللاتفي. وتحدثنا هذه الإشارات عن الثقافة السياسية غير العالية لرجال السياسة في لاتفيا وكذلك الصحافة التي تدعم وتؤيد هؤلاء السياسيين.

وإن جاء الحديث عن الموضوعات السياسية الخارجية، فإن اتجاهين هنا يسيطران: العلاقة المتبادلة مع بلدان الاتحاد الأوروبي وملف الناتو من جهة، والعلاقة المتبادلة مع روسيا من جهة ثانية. ومن المستغرب أن العلاقة مع جارتها البلطيقيتين (ليتوانيا واستونيا) لا تمثل أي مكان هام في وسائل الإعلام الجماهيري اللاتفي.

إن العلاقة المتبادلة بين لاتفيا والاتحاد الأوروبي يمكن رؤيتها في أي عدد من أعداد أي جريدة لاتفية تصدر بأي لغة من اللغات. ولتكن موضوعات صحيفة "تليغراف" مثلاً، ففي مقالة تحت عنوان كثير الدلالات "المكافأة وجدت الرئيس" يجري الحديث بخاصة عن: "إن محاولات ومساعي رئيس الدولة اللاتفية فايثيرا فيكيفا بيرغ تقرب البلد من أوروبا لم تذهب سد. لقد حصلت رئيسة البلاد على جائزة "رجل أوروبا" من أيدي المؤسسة الاجتماعية "حركة أوروبا في لاتفيا". فحصلت فليغرا بيرغ على أصوات 1330 شخصاً. وبناءً على التصويت الشعبي كانت الأقرب إلى الموضوع الأوروبي من المرشحين الآخرين. ولقد تخطت الرئيسة من حيث النقاط، ففي مجموعة A-Eiropa أرتور دوبوف والرياضي أيفار فادييف وعازف الكمان باييو سكويدي وأندياس شكيلية وحتى أسامة بن لادن الذي - كما أشار أولئك الذين صوتوا لصالحه - خفض سعر الدولار الأمريكي وزرع الفوضى والقلق مما وحد أوروبا في نهاية المطاف.

إن أكثرية المنشورات الجدية تحلل، بالطبع، عواقب إمكانية انضمام لاتفيا إلى الاتحاد الأوروبي وحلف الناتو. وقد كرس لهذا الموضوع الراديو والتلفزيون برامجهم، والصحف والمجلات مقالاتها. والآراء غالباً ما تكون ذات أقطاب ، فهناك الأنصار والمعارضون لانضمام لاتفيا إلى هذه المؤسسة. وبشكل عام إن وسائل الإعلام اللاتفية غالباً ما تؤيد، أما الناطقة بالروسية منها فتعارض. وقد كرست الصحافة العديد من الموضوعات لبناء محطة رادار بالقرب من ريزيكني لمراقبة الأجواء الروسية والبيلاروسية لخدمة حلف الناتو. وكما أشار نائب رئيس البرلمان اللاتفي والنائب عن "المساواة" ألكسندر بارناشيفيتش في مقاله "ريزيكني لا تريد أن تكون هدفاً نووياً!" إن الحل الأمثل لهذه المسألة هو إجراء استفتاء حول الانضمام إلى الناتو.. وكانت هذه الجريدة قد نشرت من قبل مجموعة مواد حول قضايا انضمام لاتفيا إلى حلف الناتو.

والاهتمام والانتباه إلى روسيا كانا دائماً موجودين في وسائل الإعلام اللاتفية. فجريدة "بانوراما لاتفيا" مثلاً. خصصت صفحة كاملة للقاء الصحفي مع السفير الروسي في لاتفيا آيغور ستودنيكوف، حيث نوقش خلاله عدد كبير من جوانب العلاقات الروسية - اللاتفية.

وإن كل الإصدارات الصادرة باللغة الروسية عملياً غطت الدعوة القضائية التي رفعها القوميون اللاتفيون على المشاركين في الحرب العالمية الثانية وكانوا إلى جانب الجيش السوفيتي.

ولم تجلب سنوات التطور المستقل للاتفيا الرخاء المطلوب. وكان موقف هيلوي بالودي مشوقاً عندما نشرت في صحيفة "نياتكاريغا ريتا أفيزي" مادة تحت عنوان "الكذاب اللطيف". وكتبت "هناك كذب مجبر عليه ويجبرو رُك عليه بالقوة،

وهناك الكذب المقدس الذي يجب القيام به عند التحدث مع المريض، وكذب السلطة الذي يتقوه به السياسيون أمام الشعب.

لقد كان علينا معرفة عدة أنواع من الكذب، لكن الأكثر بشاعة هو الكذب باسم السلطة، وذلك لأنه يضع أعداداً من الناس في المتاهات. وحتى الآن قيل لنا على الدوام: اصبروا، الأفضل فيما بعد! وقد انتظر الإنسان الذي تربى على التقاليد السوفيتية وعانى.

إن الحقائق المرة عن ضرورة توفر واختصار الميزانية. وعن الصعوبات الأخرى التي تواجه السعادة (والآن في تركيبة الفريق الأوروبي) والمجتمع الديمقراطي نسمع عنها منذ الأيام الأولى. ونقبل بتفهم أننا سندفع الغالي في سبيل المستقبل المضيء. وهذا ما يحدث. التعلم (أعلن عنه أنه مجازي) في المدارس والجامعات يكلف أكثر فأكثر مع مرور الأعوام، والأسعار في مجال الصحة (أعلن عنها أنها مجازية أيضاً) وأسعار الخدمات الصحية لا تتزايد كل عام، بل وكل شهر. ولم يجر الحديث عن ذلك في البرامج والخطط الحكومية ولا في وعود الأحزاب وعندما نقارن السعر الأدنى للسلة الاستهلاكية الآن مع ما كان عليه منذ ست سنوات، نصل إلى قناعة أنه ارتفع فعلاً مرتين. وإن وافقنا على آراء الموظفين وعلى الحسابات الإحصائية، فإنها هي أيضاً تبرهن على أن المعيشة أصبحت غالية ضعفين بالنسبة للفرد وبالمقارنة مع الحسابات. وأخيراً لا بد من القول بوضوح ودقة إلى أي طراز اقتصادي ونفسي -اجتماعي تسير دولتنا: هل نحو الطراز الأمريكي الذي يعيش فيه الأقوى، أو نحو الطراز الأوروبي أي نحو المجتمع الخاضع للسوق. ففي الزمن القبلي، عندما كان مشايخ القبائل يتتاسرون طرد أفراد قبائلهم وموتهم، وهم يتحدثون للآخرين عما يسكنهم. وفي زمن الأبلطرة

العظام والديكتاتوريين أمثال ستالين وهنر وماتسي تونغ وغيرهم كان من المتعارف عليه أن الشعب بحاجة لمعرفة الأفكار الحقيقية للزعماء، لأنه مع ذلك لن يفهمها. وقدم هذا التناظر ليس فقط في سبيل الصوفية ولا بد من التفكير بذلك عند سماع آخر الأخبار حول التعليم والصحة.

وبسبب عدم الكفاية المالية المزمدة لدى الدولة تتحول المدارس العليا إلى مؤسسات اقتصادية تعمل في أملاك ثابتة، أي تنشئ الفنادق وتؤجر الأماكن وغير ذلك. لكن حينذاك لا يجوز الحديث عن أن التعليم في دولتنا مجانياً. كما أعلن عن ذلك بوضوح رئيس الحزب الجديد عندما وعد بالتعليم المجاني في المدارس الابتدائية فقط. أما الباقية فتستطيع الاعتماد على قروض مضمونة من الدولة لصالح التعليم الذي لم يصبح نظامه حتى الآن فاعلاً بسبب الإجراءات المصرفية والبيروقراطية في الدولة.

وفيما يتعلق بالخدمات الطبية لم يتبق لدى أي مريض منذ زمن بعيد أية أوهام، فيستطيع الحفاظ على صحته وتقويتها فقط أولئك الذين أجبرهم يسمح بذلك، أي يسمح بدفع أجور الأطباء والدواء.

بالطبع، إن اهتمام وسائل الإعلام الجماهيري الخاص (وبخاصة الصادرة باللغة الروسية) ينصب على قضايا وضع اللغة الروسية. فإن قانون اللغة، حسب اعتراف العديدين، هو تمييزي بصورة واضحة. وإن السياسيين بعيدي النظر يطالبون بتعديله جوهرياً، ويطالب بذلك أيضاً حلفاء لاتفيا الأوروبيون. ومن الواضح أن التعصب القومي وحقوق الإنسان لا يمكنهما أن يكونا متوافقين. إن ازدواجية المعايير عند الغرب في مسألة حقوق الإنسان لا يمكن ألا تلحظها الصحافة. فنشرت جريده "تليغراف" في 16 كانون الثاني عام 2002 مادة

كبيرة بعنوان بلاغي "أوروبا تقترح على لا تقي معالجة نفسها بنفسها. حقوق الأقليات القومية لا تدخل ضمن أولويات الاتحاد الأوروبي". يحلل صاحب هذه المادة بوريس كوتشانوف تقرير اللجنة الأوروبية الذي فيه تقدر حالة لاتفيا المرشحة لعضوية الاتحاد الأوروبي بإيجابية تامة، بما في ذلك حقوق الأقليات القومية. وخصص من الحجم الكلي لهذا التقرير الواقع في 132 صفحة خمس صفحات فقط لهذه القضية، أما مسألة اللغة فخصص لها صفحتان فقط.

إن مثل هذه المعلومات يخزي بالطبع ليس فقط في لاتفيا. وإنما تميز العديد من الدول في المجال السوفيتي السابق وبلدان أوروبا الوسطى والشرقية.

وتستخدم وسائل الإعلام الجماهيري والاتصالات في العديد من الدول الخارجية بوعي في سبيل تحقيق أهداف جيو- سياسية وانتهاج سياسة داخلية لصالح الأوساط الحاكمة، وفي بعض الحالات تستخدم طرق وأساليب الدعاية المضاعطة والمتحكمة.

3- الصحافة : حقوق وحریات. لمن؟

إن العديد من نظريات الصحافة المعاصرة تتطرق إلى مسائل حرية الصحافة في تطبيقها على المجتمع. وفي الحقيقة إن حرية الصحافة في تصور الباحثين الغربيين هي :

- حرية التعبير علانية عن الرأي.
- حرية الوصول إلى مصادر المعلومات.

لكن حتى هذا الفهم المنقوص لحرية الصحافة في المجتمع الحديث لا يمكن أن يكون مطبقاً بالكامل. إليكم لماذا الأوساط الحاكمة في أي بلد تحاول بشتى الوسائل في الحياة الفعلية، وبكل الأشكال والأساليب إعاقَة تطبيق هذه الحقوق

عندما تعلن عن حق حرية التعبير العلني عن الرأي. وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات.

إن وسائل الإعلام الجماهيري تلعب دوراً هاماً للغاية في المجتمع المعاصر، بقدر ما أن استخدامها يجب أن يكون لصالح خير المجتمع. لذلك بالذات إن حرية الصحافة جزء لا يتجزأ من المسؤولية الاجتماعية.. بالفعل، كما يعبرون أحياناً "إن حريتي في التلويح بيدي تنتهي حيث تبدأ أنف من يناقشني". إلى جانب المحدوديات التشريعية، هناك ما يسمى ممنوعات أخلاقية، أي المراقبة الذاتية للصحفيين.

ففي بداية القرن كانت قواعد تغطية الصحافة للأحداث الاجتماعية دونت في مختلف الوثائق. فقد اتخذت في عام 1920 "القواعد الأخلاقية لحرفة الصحافة الأمريكية". وفي عام 1935 أقر القانون الفرنسي "قانون الضمير". وتوجد الآن في أكثرية البلدان بهذا الشكل أو ذاك مختلف القوانين للأخلاق المهنية للصحفي. والتنظيم القانوني للتدفقات الإعلامية والتنظيم الذاتي يسيران جنباً إلى جنب. لكن، كما يؤكد العديد من الباحثين، الصحافة تقع تحت رقابة البزنس الأكثر تشدداً بعدما تحررت من رقابة الدولة.

إن تنوع الاتجاهات والنظريات في الصحافة، بما فيها تلك المكرسة لحرية الصحافة- يؤكد على أهمية مكان الصحافة ودور ها في النظام السياسي في المجتمع المعاصر. والنظام السياسي للمجتمع هو نظام المؤسسات (المؤسسات الحكومية والأحزاب السياسية والاتحادات وغيرها). والمعايير التي في أطرها تجري الحياة السياسية في المجتمع وتنفذ سلطة الدولة. فالصحافة، من جهة أولى،

تغطي نشاط كل المؤسسات السياسية والعمليات السياسية، ومن جهة ثانية، تشارك هي بالذات وبنشاط فيها.

حتماً تنشأ في المجتمع المقسم إلى طبقات المنظمات والمؤسسات التي تعبر عن إرادة مختلف الطبقات والفئات الاجتماعية وما يسمى بالأحزاب السياسية. وحتى إن لم تطلق هذه المؤسسات والفئات على نفسها أسماء أحزاب وتؤكد على عدم مشاركتها في الحياة السياسية، فإنها مع ذلك تعتبر منجزة - بهذا الشكل أو ذاك - العمليات السياسية، أي وضع القرارات واتخاذها وتنفيذها في الحياة التي تمس مصالح السلطة السياسية. فلم تكن طغمة بينوتشيت في تشيلي "حزباً سياسياً". ولكن ألم تدافع عن مصالح شرائح محددة من المجتمع؟

وتستخدم الصحافة دائماً في سبيل السيطرة والإبقاء على السلطة السياسية. وبالطبع، هناك في كل بلد هناك نظام القيادة الحكومية لوسائل الإعلام الجماهيري. فما هي إذاً مكوناته؟

في أبسط الحالات هي مؤسسة الرقابة السياسية والأجهزة الحكومية المتخصصة وتقوم بالرقابة على المنشورات ويمكن أن تكون الرقابة مسبقة أو تأتي بعد النشر، أي رقابة ما قد نشر.

إن الرقابة المسبقة تتم على الشكل التالي. إن الشخص المسؤول عن مضمون المادة المنشورة في وسائل الإعلام الجماهيري (المحرر أو الناشر) يقدم المخطوطة إلى أجهزة الرقابة قبل نشرها. والمراقب يعطي السماح بالنشر أو يرفضه بشكل عام، ويمكن أن يمنع نشر بعض المقاطع من المخطوطة.

ويمكن أن تتم الرقابة كذلك بعد النشر، في هذه الحالة يحل المراقب الإصدار أو البرنامج ونتيجة للتحليل يضع التصور ويقدم هلمصاحب القرار، أو يفرض العقوبة عن طريق سلطته ضد الإصدار إن كان ذلك ضرورياً.

ويوجد نوع آخر من الرقابة في بعض الدول. فلا يتدخل المفتش أو المراقب في العملية الإبداعية، لكن ممثل الإدارة يستطيع إما السماح بتوزيع الإصدار وإما منعه بعد الإطلاع على عدد الجريدة أو المجلة.

وفي تلك الدول التي لا توجد فيها رقابة سياسية، أو حتى ممنوعة طبقاً للقانون، هناك أشكال أخرى للرقابة. وهي على الأغلب القوانين والتعليمات التابعة لها التي تنظم عمل هذا النوع أو ذاك من النشاط.

وأخيراً، هناك أنواع متنوعة ومختلفة لطرق الرقابة على وسائل الإعلام الجماهيري بمساعدة التأثير المالي.

وعلى الأغلب تستخدم كل أشكال الرقابة المشار إليها أعلاه.

إليك على سبيل المثال الولايات المتحدة الأمريكية التي فيها حرية الصحافة يقرها الدستور. فهل لا وجود عندهم لطرق الإدارة الحكومية للأخبار؟ عدا ذلك، وبعد أحداث الحادي عشر من أيلول عام 2001 بدأت الدولة بالهجوم المكثف على حقوق الأمريكيين وحياتهم، بما في ذلك حرية الصحافة أيضاً. والحقيقة تقال، إن التنظيم الحكومي في مجال وسائل الإعلام الجماهيري في الولايات المتحدة قد استخدم بشكل واسع في السابق أيضاً. ففي وكالة المخابرات المركزية الأمريكية مثلاً يوجد منذ زمن طويل قسم الرقابة على المنشورات. فالموظفون فيه ينفذون الرقابة على ما قد وقع من نشر. لكن كانت هناك حالات كانوا فيها

يلجؤون إلى الكتاب والصحفيين، بما في ذلك عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري "بطلب ملح بإرسال المخطوطات للاستشارات المسبقة"

وتتميز دولة بنين بوجوب تقديم العدد الجاهز أو البرنامج للرقابة إلى ممثل الإدارة للحصول على الموافقة بالتوزيع أو البث، لكن في الولايات المتحدة الأمريكية يوجد أيضاً ما يشبه ذلك. فأحد مراسلي صحيفة واشنطن بوست استطاع الحصول على حقائق "دامغة" تمس مصالح شخصيات مسؤولة رفيعة المستوى. وإن تسرب الأخبار من هيئة التحرير قد سمح باتخاذ إجراءات احترازية. فاتصل مدير المخابرات المركزية الأمريكية هاتفياً بكاترين العظيمة (هكذا يسمون ناشر الصحيفة كاترين غراهام) وطلب منها عدم نشر المادة، فرفضت. عندئذ اتصل بها هاتفياً أيضاً الرئيس رونالد ريغان. وهكذا لم تر هذه المادة النور.

والى جانب التعديل الأول الذي أدخل على دستور الولايات المتحدة ينظم عمل وسائل الإعلام الجماهيري في هذه المادة بالمادة رقم (1) الفقرة (8) (التي تسمى "المادة الخاصة بالتجارة التي تعطي الحق للكونغرس بتنظيم التجارة بين الولايات والدول الأجنبية). وأوضحت هذه المادة في الدستور المادة الأساسية التي تفرعت عنها جملة متكاملة من المواد القانونية التي تنظم نشاط وسائل الإعلام الجماهيري.

ومما لا شك فيه أن إمكانيات وسائل الإعلام الجماهيري لا يمكن ألا تستخدم لأهداف الوصول إلى السلطة السياسية والحفاظ عليها. ويفهم من مصطلح "السلطة"، "القدرة وإمكانية التأثير القوي على نشاط الناس وسلوكهم بمساعدة أي وسيلة للإرادة ، كالشهرة والحقوق والعنف. وغالباً ما يفهم من "السلطة" أيضاً السيطرة السياسية ونظام أجهزة الدولة.

إن المجتمع البشري الذي أصبح جسماً واحداً متكاملًا يتطور كنظام عناصره (مجالات الحياة الاجتماعية) في تأثير متبادل بعضها مع البعض الآخر. ومن هنا يصبح واضحاً أنه على إدارة المجتمع أن تكون منتظمة وشاملة في سبيل الإبقاء على السلطة. وقد تكون مبدأ أن لإدارة المجتمع تاريخياً: المبدأ العفوي والمبدأ الواعي. إن الإدارة العفوية تعبر عن ذلك التأثير المتبادل للقوى الاجتماعية الذي لا يمكن استبعاد العمل العفوي منه، وهذا هي النتيجة الوسطى التي تكونت فيها جملة أفعال واعية وهادفة لا يجوز مبدئياً حسابان كل آثارها أو أخذها بعين الاعتبار (السوق الحرة في فترة ما قبل الاستعمار من تطور المجتمع مثلاً).

إن الانتقال إلى الإدارة الواعية غير ممكن دون الإدراك العلمي للعمليات الجارية في المجتمع. وتوضع في أيامنا هذه وتعالج بكثافة قضية الإدارة بالعلاقة بتطور العلوم الاجتماعية النظرية، وبخاصة السيبرنيتيكا التي مفهومها الاثنان الأساسيان هما الإعلام والإدارة.

إن الإعلام الاجتماعي هو قبل كل شيء المعلومات الذهنية، أي تلك التي تعاد معالجتها عن طريق الوعي الإنساني، وتنفذ من خلال نشاط الناس. وتمثل في المجتمع كمجموعة معارف ومعطيات وأنباء وأفكار حول العالم المحيط وفي المقدمة حول المجتمع، وتخدم أهداف الإدارة، إدارة العمليات الاجتماعية. والإدارة المثلى تفترض معلومات إيجابية وموضوعية وكاملة وصحيحة وحقيقية.

وإن نجاح الديمقراطية، كما يشير العديد من الباحثين، يعود في كثير من جوانبه إلى إمكانية التوزيع العادل والمتساوي لكل وجهات النظر المتنافسة في المجتمع التي ستسمح للمواطنين بالقيام باختيارهم الإعلامي المعزز.

وتجربة السويد في مجال ضمان مبدأ العلانية- المثبت في الدستور بالغة الأهمية، ففي هذا البلد تقدم الحكومة المعونات للصحف الحزبية السياسية - الاجتماعية، الأمر الذي يضمن انعكاس كل طيف العقائد السياسية فيها. وبالنتيجة إن العلاقة تبين هيئة التحرير والأحزاب... ضعفت، والعلاقات مع أجهزة الدولة تعززت.

وتصبح إمكانية الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيري من قبل المعارضة والأوساط الحاكمة على حد سواء مسألة في غاية الأهمية، في الظروف الراهنة. وهذا هام بشكل خاص في أثناء الحملات الانتخابية حين يجري الصراع المكشوف في سبيل المسؤوليات. وإن ضمان وتوفر الوصول المتكافئ لوسائل الإعلام الجماهيري هو المؤشر الرئيسي على قدرة السلطات على إجراء انتخابات نزيهة وعادلة.

وإن المعهد الديمقراطي القومي للعلاقات الدولية (الولايات المتحدة، منطقة كولومبيا الفيدرالية، واشنطن) يبرز بين المبادئ الأساسية العامة أربعة جوانب مبدئية. ينحصر الأول في ضرورة متابعة أعمال السلطات في مجال حماية حقوق الصحفيين في جمع المعلومات ونشرها والجانب الثاني مرتبط بتحليل ما تقوم به السلطات والصحافة لإعطاء الفرص للأحزاب والمرشحين للتواصل مع الناخبين في أثناء الحملة الانتخابية.

والجانب الثالث يفترض الرقابة على محاولات السلطات والصحافة تحقيق الموضوعية في تغطية الأحزاب والمرشحين في المواد الإعلامية وفي برامج الأخبار. والجانب الرابع هو: ما تقوم به الحكومة ووسائل الإعلام الجماهيري لتتوير الناخبين في مجال أهمية التصويت وإجراءاته.

ومن بين الحقائق الأكثر احتمالاً والتي لا تسمح لوسائل الإعلام الجماهيري بالقيام بوظائفها بحرية لابد من الإشارة إلى التالي حسب صاحب هذه الوثيقة: الرقابة الحكومية المباشرة أو التدخل، والحقائق غير المباشرة للرقابة، والضغط أو الهجوم على ممثلي الصحافة بهدف إعاقتهم عن تنفيذ واجباتهم القانونية في مجال تغطية العملية الانتخابية، وعدم قدرة السلطات على توفير الحماية الضرورية للصحفيين والناشرين بسبب الضغط من جانب المتطرفين السياسيين، والرقابة داخل وسائل الإعلام الجماهيري ذاتها. إضافة إلى حتمية تقدير إمكانية الوصول وفاعلية آليات تقديم الشكاوى ضد الأفعال غير المشروعة التي توجه ضد الصحافة وكذلك إمكانية الكشف من قبل الأحزاب والمرشحين عن الأفعال غير المشروعة للصحافة ذاتها. إن هذه الآليات تتضمن التوجه إلى الحملات الانتخابية على جميع المستويات، أي إلى جهاز الدولة المسؤول عن عمل وسائل الإعلام وإلى المدعي العام وإلى القضاء.

ولقد وضعت خبرة الصحافة الأجنبية (الخارجية) منذ زمن بعيد الدوائر للمأجورية المكشوفة للصحافة. والهام هنا هو الالتزام الشديد بالقوانين وتوابعها التي تتعلق بالإعلام الجماهيري، "فالإعلان المخفي" ممنوع في العديد من الدول المتحضرة، وشراء الصحفيين يعاقب عليه حسب القانون وغير ذلك. زد على ذلك، أن العديد من هيئات التحرير والمؤسسات الصحفية الاجتماعية اتخذت قوانين الأخلاق وتلتزم بها بصرامة. وعدم الالتزام بهذه القوانين يهدد بعقوبة التسريح من العمل. وغالباً ما توضع المعايير الأخلاقية للسلوك في الاتفاقات بين فريق العمل والناشر وتدخل أيضاً في عقد العمل الموقع مع العاملين.

وقد حددت بدقة ووضوح العلاقات المتبادلة بين هيئات التحرير والدولة. وبخاصة، إن عمل ما يسمى بـ "أميودوسمينوف" موجه للدفاع عن مصالح الأوساط الاجتماعية الواسعة وتدقيق وإعادة تدقيق المنشورات ومتابعة التزام الصحفيين بالقوانين والقواعد الأخلاقية.

ويعير المؤلفون الأجانب والعرب في الآونة الأخيرة القضايا القانونية والأخلاقية لعمل وسائل الإعلام الجماهيري وتوظيفها اهتماماً كبيراً. وهذا الاهتمام لم يأت مصادفة. فلقد كان نتيجة لمتطلبات الصحفيين والمجتمع كله.

واكتساب الصحافة لقوة وسلطة محددتين هو بسبب مركزتها واحتكارها (لقد ظهرت بشكل خاص إمكانية الرقابة على مضمون الصحف والمجلات الجماهيرية كثيرة النسخ) وهذا يؤدي إلى وراثة أجناس من رجال الأعمال الذين لهم المصلحة أكثر في الحصول على مردود سياسي وليس المردود المالي في الحقيقة. إذ إنهم يبذلون كل جهودهم في سبيل إقامة رقابة على محتويات وسائل الإعلام الجماهيري العائدة لهم. وهذه الظاهرة تؤكد مرة أخرى ضرورة دراسة العلاقة المتبادلة بين السلطة والصحافة، وبين الحقوق والأخلاق في مجال النشاط البشري.

وتشكل المنشورات التي أعدها برنامج "المادة- 19" وصندوق الدفاع عن العلانية وغيره من المؤسسات وبعض المؤلفين مادة مفيدة للغابة.

وبشكل عام إن مسألة التفاعل المتبادل بين وسائل الإعلام الجماهيري وضمنان حقوق الإنسان وحرياته في المجتمع المعاصر تستحق معالجة خاصة.

وعن قضية دور وسائل الإعلام الجماهيري في تحقيق الحقوق والحريات الأساسية للإنسان قد ثبتت في العديد من الوثائق الوطنية والدولية.

وقد سُجلت الوثيقة الختامية لمؤتمر الأمن والتعاون في أوروبا التي أُقرت في هيلسينكي كميّار مبرم وقطعي لاحترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية بما فيها حرية الفكر والضمير والتدين والقناعات. وقد جاء في هذه الوثيقة.

"إن الدول المشاركة سوف تحترم حقوق الإنسان والحريات الأساسية، بما فيها حرية الفكر والضمير والتدين والقناعات، للمجتمع دون التفريق بين الأجناس والأعراق واللغات والأديان.

وسوف يشجعون ويطورون التنفيذ الفاعل للحقوق والحريات المدنية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وغيرها من الحقوق والحريات التي كلها تتبع من كرامة الفرد وإنسانيته وتعتبر جوهرية بالنسبة للتطور الحر والمتكامل.

في هذه الأطر سوف تعترف الدول المشاركة وتحترم حرية الفرد في اعتناق الدين والمعتقد وحده أو بالاشتراك مع الآخرين و تحترم حقه بالتصرف حسب ما يمليه عليه ضميره.

إن الدول المشاركة التي توجد على أراضيها أقليات قومية سوف تحترم حق الأشخاص الذين ينتمون إلى هذه الأقليات ومساواتهم أمام القانون، وستقدم لهم كل الإمكانيّة للتمتع الفعلي بحقوق الإنسان والحريات الأساسية وسوف تدافع بهذا الشكل عن مصالحهم الشرعية في هذا المجال.

وتعترف الدول المشاركة بالأهمية العامة لحقوق الإنسان وللحريات الأساسية التي يعتبر احترامها عاملاً هاماً وجوهرياً من عوامل السلام والعدل والخير

الضرورية لضمان تطور علاقات الصداقة والتعاون فيما بينها، وكذلك بينها وبين كل الدول.

إنها ستحترم دائماً هذه الحقوق والحريات في علاقاتها المتبادلة وسوف تبذل الجهود لضمان التعاون و المشاركة بلستقلالية مع منظمة الأمم المتحدة بهدف المساعدة على الاحترام الفاعل والكامل لها.

وتؤلف على حقوق الأفراد في معرفة حقوقهم وواجباتهم في هذا المجال والتصرف بناء عليها.

وفي مجال حقوق الإنسان والحريات الأساسية إن الدول - المشاركة سوف تعمل بناءً على أهداف ومبادئ ميثاق الأمم المتحدة (إعلان حقوق الإنسان). وإنها سوف تنفذ أيضاً وتقوم بواجباتها كما هي واردة في الوثائق والمعاهدات الدولية في هذا المجال بما في ذلك مواثيق حقوق الإنسان الدولية التي كانت مرتبطة بها".

إن الدول الأعضاء في منظمة الأمن والتعاون في أوروبا بإدراكها الحاجة للمعرفة الأوسع و الفهم الأكبر لمختلف جوانب حياة الدول الأخرى الأعضاء والمشاركة، أكدت على مساهمة هذه العملية في زيادة الثقة بين الشعوب. إن الوثيقة الختامية قد أشارت إلى المعنى الهام أيضاً لنشر المعلومات من الدول المشاركة الأخرى والتعرف الأفضل على هذه المعلومات، وأكدت على الدور الجوهري والمؤثر للصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما ووكالات الأنباء والصحفيين والعاملين في هذه المجالات.

وقد وضعت المنظمة الدولية (المجتمع الدولي) مهمة تسهيل التوزيع الأكثر حرية واتساعاً لكل أشكال المعلومات وشجعت على التعاون في مجال المعلومات

وتبادلها مع الدول الأخرى وتحسين الظروف التي يعمل بها الصحفيون في سبيل القيام بنشاطهم المهني في دولة أخرى.

ووضعت مبادئ تحسين توزيع المعلومات وتبادلها والوصول إليها. وافترض المساعدة على نشر المعلومات الشفهية عن طريق التشجيع على المحاضرات وتشجيع الشخصيات الشهيرة للسفر لإعطاء المحاضرات وكذلك الاختصاصيين من الدول الأخرى، وأيضاً تبادل الآراء على سبيل المثال، حول الطاولة المستديرة والندوات والمؤتمرات والدورات الصيفية والكونغرسات واللقاءات الأخرى الثنائية ومتعددة الأطراف.

وتعهدت الدول الأعضاء في منظمة الأمن والتعاون في أوروبا في مجال الأخبار الصحفية بالمساعدة على تحسين توزيع الصحف والإصدارات الصحفية (الإصدارات الدورية وغير الدورية) القادمة من الدول المشاركة الأخرى على أراضيتها.

وجاء في الوثيقة الختامية أن الدول المشاركة سوف تشجع لهذه الأهداف شركاتها ومؤسساتها ذات الصلاحية على توقيع اتفاقيات وعقود تهدف إلى الزيادة التدريجية في أعداد وكمية أسماء الصحف والإصدارات الأخرى المستوردة من الدول المشاركة الأخرى. ومن المفضل أن تذكر في هذه الاتفاقيات والعقود شروط التصدير الأسرع واستخدام القنوات الموجودة في كل بلد لتوزيع منشوراتها وصحفها، وأيضاً الأشكال المتفق عليها بين الأطراف والطرق المعتمدة في مجال تسديد الحسابات التي توفر وتضمن تحقيق أهداف هذه الاتفاقيات والعقود. طبيعى، أن تحقيق هذه الأهداف ليس سهلاً لهذه الدرجة كما كان يمكن أن يبدو في عام 1978. فلتطبيق الاتفاقيات كان لابد من المساعدة على تسهيل

الوصول إلى الإصدارات الصحفية الدورية وغير الدورية المصدرة على الأساس المشار إليه أعلاه من قبل الأوساط الاجتماعية.

وكان مطلوباً بخاصة: تشجيع زيادة عدد الأمكنة حيث ستباع فيها هذه الإصدارات، وتسهيل عرض الإصدارات الدورية في أثناء عقد المؤتمرات والكنغرسات والندوات والزيارات الرسمية وغيرها من الأحداث الدولية والسياح في أثناء الموسم السياحي، وتوسيع إمكانية الاشتراك على أساس القواعد الخاصة بكل بلد، وتحسين إمكانية تقديمها في أثناء الاستخدام وقراءة هذه المطبوعات في المكتبات الكبرى وقاعات مطالعتها، وأيضاً في مكتبات الجامعات، وتحسين إمكانية الإطلاع على المنشورات ونشرات الأخبار الرسمية التي تصدرها الممثلات الدبلوماسية والتي توزع من قبل هذه الممثلات على أساس الاتفاق المسبق والمقبول من قبل المهتمين. كما نرى أن الكثير يتم تنفيذه من قبل الدول المشاركة شكلياً فقط.

وفي مجال نشر المعلومات السينمائية والإذاعية- التلفزيونية تكون الحماسة أكثر وضوحاً. والمسألة في أن التطور السريع للتكنولوجيا قد سمح بالتحرك أبعد بكثير مما كان متوقعاً. فالإرسال المباشر إلى البلدان الأخرى (عن طريق أجهزة الراديو أو التلفاز) قد سمح بالتخلي عن تلك الأشكال مثل عرض المعلومات المتنوعة والمسجلة على شريط وتقديمها والتي توضح مختلف جوانب الحياة في بلدانها وقد تم الحصول عليها على أساس تلك الاتفاقيات التي يمكن أن تكون ضرورية بين المؤسسات والشركات ذات المصلحة مباشرة.

وقد انعكست بلا شك المتغيرات التي حدثت على الساحة الدولية في أواخر القرن العشرين على التعاون في مجال الإعلام. إذ يتطور التعاون في مجال

الإعلام على أساس اتفاقيات قصيرة أو بعيدة المدى. وأضحى التعاون الأكثر اتساعاً بين أجهزة وسائل الإعلام بما فيها بين وكالات التل غراف ودور النشر ومؤسسات النشر وبين المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية الحكومية والخاصة والوطنية والدولية سواء كان عن طريق تبادل البرامج التلفزيونية والإذاعية المباشرة أم عن طريق التسجيل والإنتاج المشترك والتوزيع المشترك لهذه البرامج، أضحى حقيقة واقعة. وقد مهد للقاءات واتصالات بين المؤسسات الصحفية وصحفي مختلف البلدان. وتعمق وتوسع تبادل المعلومات التقنية، وأضحت الدراسات واللقاءات المقامة بين الاختصاصيين في مجال تبادل الخبرات والآراء في مجال الصحافة والإذاعة والتلفزيون ظاهرة اعتيادية.

وخلال الوقت الذي مضى على توقيع الوثيقة الختامية لمؤثر الأمن والتعاون في أوروبا أقر عدد غير قليل من الوثائق على المستوى الأوروبي والدولي التي تحقق حقوق الإنسان وحرية.

فإعلان المبادئ الأوروبي والأمريكي حول حرية الصحافة ينحدر من نظرية الحقوق الطبيعية للإنسان التي تجسدت في الإعلان الفرنسي حول حقوق الإنسان والمواطنة وفي "مشروع القانون حول الحقوق" الأمريكي. وقد تذبذب رصاص الآراء والعقائد من الماكسيمالية الليبرالية حتى الاعتراف بالمسؤولية الاجتماعية. وإن شمولية قوانين اقتصاد السوق مع الحصة الأكبر أو الأصغر للدولة في التنظيم قد حددت تشابه عدد من الموديلات الحقوقية المستخدمة في مختلف البلدان لضمان المنافسة الشريفة والتوازي ، والحؤول دون مركزة وسائل الإعلام الجماهيري واحتكارها.

والإعلان الدولي حول الحقوق المدنية والسياسية والاتفاقيات القانونية والحقوقية الدولية الأخرى التي تضع معايير في مجال حقوق الإنسان ونشاط الصحافة في عدد كامل من الحالات إما تتكامل من حيث النص مع التشريعات الوطنية حول وسائل الإعلام، وإما تترك أثارها بشكل آخر على الوثائق الحقوقية داخل الدولة وعلى عملية تطبيقها. وإن شمولية القضايا والظروف تملّي تشابه الحلول والقرارات.

إلا أن خصائص الطريق التاريخي والتركيبية في الدولة والتقاليد القومية والنظم الاقتصادية والحقوقية تغير بالتناسب شكل آليات تنظيم عمل الصحافة في كل بلد مأخوذ على حده. بالنسبة للدول الفيدرالية إن تحديد الصلاحيات بين أجهزة السلطة الفيدرالية. ومكوناتها بما في ذلك في مجال وسائل الإعلام الجماهيري يتمتع بأهمية كبيرة، ففي ألمانيا الاتحادية يحق للأراضي (الولايات) بالدرجة الأولى إقرار القوانين المنظمة لنشاط الصحافة، أما البرلمان الفيدرالي فيستطيع فقط تحديد الوضع القانوني العام لوسائل الإعلام الجماهيري.

إن الاختلاف المبدئي بين النظم القانونية القائمة في العالم ينحصر في أنه - على سبيل المثال، النظام الأنكلو. سكسوني - يعترف بدائرة اختصاص القانون العام ويعلن السابقة القضائية مصدراً للقانون. وفي الدول المتبعة القانون العام بالذات يكون فهم الميزات المهنية المطلقة التي لها أهمية كبيرة في ملفات القضاء فمن مجال قضايا الكذب والتلفيق. وتستخدم مقولة الميزة المطلقة تستخدم للإشارة إلى الاستحالة القانونية لتوجيه قضية حول الكذب إلى فئات محددة من الأشخاص، أي إلى أعضاء مجلس النواب بسبب كلماتهم داخل قاعة البرلمان، وكذلك القضاة والمحامين، والأطراف والشهود بسبب ما يعبرون عنه في قاعة

المحكمة. وتعني مقولة الميزة المهنية عدم السماح برفع قضية كذب ضد وسائل الإعلام الجماهيري وضد الصحفيين الذين ينقلون الخبر المحمي بالميزة المطلقة بشكل صحيح ودقيق وفي الوقت المناسب.

ففي السنوات العشر الأخيرة من القرن المنصرم تركزت جهود المجتمع الدولي، وبخاصة منظمة اليونسكو على المساعدة على استقلالية الصحافة وحريتها وتوازيها في جميع أنحاء العالم. وقد وجهت كل حماسات الإعلانات عن تطوير الاستقلالية والتوازي في أفريقيا وأمريكا اللاتينية إلى تحقيق هذا الهدف. وحدد يوم إقرار إعلان فيندهوك عام 1991 في الثالث من أيام اليوم العالمي لحرية الصحافة.

إن حرية الكلمة وحرية الصحافة هامتان لأنهما تضمنان إلى درجة كبيرة تطبيق كل الحقوق والحريات الديمقراطية الأخرى.

ويظهر أكثر فأكثر التوجه الدولي نحو إشاعة الديمقراطية في الحياة الاجتماعية في مختلف البلدان والمناطق. فللدول التي كانت فيها أنظمة شمولية أو سلطوية تقف بثقة الآن على طريق التحولات الديمقراطية. وتعد وسائل الإعلام الجماهيري ليس فقط المشاركة المباشرة في العمليات الديمقراطية، بل هدفاً لها.

والديموقراطية هي شكل من أشكال الأنظمة السياسية المبني على الاعتراف بسلطة الشعب وحرية المواطنين والمساواة بينهم. وتفترض الديمقراطية الاعتراف والإقرار بمبادئ خضوع الأقلية للأكثرية وانتخاب الأجهزة الأساسية في سلطة الدولة وتوفير الحقوق والحريات السياسية للمواطنين وأيضاً الظروف المناسبة لتطبيقها. وتختلف مؤسسات الديمقراطية التمثيلية (المؤسسات والإدارة المنتخبة-

البرلمان وغيره)، والديموقراطية المباشرة (الاستفتاءات ، المناقشات الشعبية العامة، نشاط المؤسسات والمنظمات الاجتماعية).

وتدخل أكثر فأكثر المبادئ الديمقراطية في الحياة اليومية لأكثرية الدول المتحضرة بغض النظر عن النظم السياسية والمواقع الجغرافية. وحتى الملكيات التي لا تزال فيها العلاقات الإقطاعية أو القبلية تعلن عن ولائها للديموقراطية.

وإن مسائل ترابط الديمقراطية البرلمانية وحرية الصحافة والملكية والديموقراطية وسلطة الشعب وتوظيف وسائل الإعلام الجماهيري في أطر النظام السياسي القائم فعلاً تجذب أكثر فأكثر اهتمام العلماء العرب والأجانب.

وتشارك وسائل الإعلام بنشاط في كل مراحل العملية السياسية، وفي بعض الحالات تؤثر بفاعلية على وضع القرارات السياسية واتخاذها وتنفيذها وتطبيقها على الواقع، وفي تطبيق العلاقات العكسية وتصحيح النهج السياسي. ومن المفهوم أن مشاركة وسائل الإعلام في التحولات الديمقراطية في العالم كثيرة المواضيع.

ويمكن إبراز المراحل التالية للعملية السياسية مع درجة الدقة الكافية بالنسبة للتطبيق:

- 1- بناء النظام السياسي وتشكيله.
- 2- استحداث المكونات وسمات النظام السياسي.
- 3- اتخاذ القرارات السياسية - الإدارية وإقرارها وتنفيذها.
- 4- الرقابة على توظيف تطور النظام السياسي وتوجهه.

وكما نرى فليق وسائل الإعلام لا تستطيع إلا الالتفات لأي مرحلة من المراحل الواردة أعلاه. ووسائل الإعلام بدورها تشعر بتأثير العمليات والمؤسسات السياسية عليها.

فكثرة مواضيع الدراسات والبحوث تؤكد التوجه في الوقت المناسب إلى هذه المسائل من قبل الباحثين العرب والأجانب على حد سواء.

وفي هذه الغضون إن الأشكال والأساليب ذات التنوع الهائل للتأكيد على الديمقراطية البرلمانية أو أي نوع آخر من أنواع الديمقراطية يتطلب التأمل والدراسة اللاحقة. وإن تحليل التحولات في بلدان العالم الثالث وأوروبا الشرقية والوسطى يؤكد بوضوح ضرورة الدراسة متعددة الجوانب لهذه العمليات.

وتعتبر الانتخابات صفة حتمية للديمقراطية. فبدون الانتخابات من المستحيل تشكيل أجهزة تمثيلية، وبدون التصويت من المستحيل إجراء الاستفتاءات والمناقشات الشعبية العامة. ولهذا الأمر بالذات نشارك وسائل الإعلام بنشاط في الحملات الانتخابية في ظروف مجتمع الاتصالات والمعلومات وتساعد السكان على تحقيق الحقوق الانتخابية، وطبيعي أن درجة المشاركة لوسائل الإعلام في عملية الانتخابات تعود إلى النظام الانتخابي المعتمد في البلاد.

فللنظام الانتخابي هو نظام تنظيم وإجراء الانتخابات في المؤسسات التمثيلية الذي يثبت في أطره القانوني، والتي تكون أيضاً بفعل نشاط المؤسسات الحكومية والاجتماعية.

ولابد من تجاوز عدد من الأهليات في بعض البلدان للمشاركة في الانتخابات. فمثلاً، هناك أهليات مثل : الملكية، الثقافة، التعليم الجنس، العرق، اللغة والحضارة وغيرها. وكل الأهليات تعتبر من حيث الجوهر وسيلة للتحكم

بالانتخابات وبنائجها. وعملياً يملك المواطنون الحق في كل مكان بالانتخاب والترشيح وإن كانوا منتخبين في المؤسسات التمثيلية.

ففي الحقيقة إن مصطلح "حق الانتخاب" له المعاني التالية :

- 1- جملة المعايير الحقوقية التي تنظم مشاركة المواطن في انتخابات الأجهزة التمثيلية، وتنظيم الانتخابات وإجراءاتها، والعلاقات المتبادلة بين الناخبين والمؤسسات التمثيلية ونظام استدعاء المرشحين.
- 2- حق المواطن في انتخاب هذه الأجهزة (حق الانتخاب المفعّل) وأن يكون منتخباً في هذه الأجهزة (حق الانتخاب السلبي) .

ولمؤسسة الناخبين في عدد من البلدان خصائصها الانتخابية السلبية. ففي الولايات المتحدة الأمريكية يتم انتخاب المنتخبين فقط للقيام بوظيفتهم مثلاً، عند انتخاب الرئيس. وفي فرنسا يعد المنتخبون كذلك من حيث المسؤولية التي يقومون بها مثال أعضاء المجالس العامة عند انتخابات مجلس الشيوخ.

فنظام الموجورتين للانتخابات هو ذلك النظام الذي فيه يعتبر المرشح منتخباً أو قائمة المرشحين منتخبة عند حصولها على أكثرية الأصوات في المنطقة. ويستخدم في الولايات المتحدة وبريطانيا (للفوز لابد من الحصول على نسبة أكثر من 50% من الأصوات) والنسبي (يكفي جمع أصوات أكثر من المرشحين الآخرين). ويشوه هذا النظام كثيراً تناسب القوى لصالح الأحزاب السياسية الكبرى. ونظام التمثيل بالحصص هو نظام تحديد النتائج الذي فيه يكون توزيع النواب بين الأحزاب بالتناسب مع عدد الأصوات التي تحصل عليها (إيطاليا، بلجيكا، فنلندا وغيرها). ولتحديد نتائج التصويت يوضع الحد الأدنى للأصوات الضرورية

للحصول على مقعد واحد في البرلمان. و ينفذ توزيع المقاعد داخل قائمة الحزب كقاعدة حسب ذلك النظام الذي يتوزع فيه المرشحون في القائمة.

وبالعلاقة بالنظام الانتخابي القائم تعمل وسائل الإعلام الجماهيري في مجال قانوني معين الأمر الذي يجعل مشاركتها في الانتخابات مميزاً بالنسبة لأي بلد. إضافة إلى ذلك هناك معايير عامة وقواعد تشريعية تسمح لوسائل الإعلام بالمشاركة في العملية الانتخابية على أساس المبادئ الديمقراطية وبالقيام بوظائفها الخاصة وتلبية الاحتياجات الاجتماعية.

عند بدء الحملة الانتخابية يكون كل المرشحين مشغولين ومهتمين بالوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيري. وإن استطاع أحد ما تحقيق الأفضلية على غيره في هذا المجال فإن إمكانية انتخابه لشغل المنصب الشاغر تكون واضحة، وفرصته أكبر من الآخرين.

ثم إن وصول المرشحين والأحزاب السياسية إلى وسائل الإعلام يمكن ان يتم حسب مخططات متنوعة، ومن بينها :

- الفرص المجانية.
- التسهيلات .
- الفرص بشرط تسديد مبالغ معينة.

إن وصول المرشحين إلى وسائل الإعلام الجماهيري في العديد من البلدان (المطبوعة أو الإلكترونية) يضمنه القانون، تعليماته التي تلزم وسائل الإعلام تعريف الناخبين بجوهر أفكار واللوائح الانتخابية للمرشحين وتوضيح نظام وإجراءات التصويت وغير ذلك.

وتعتمد القوانين المنظمة لعمل وسائل الإعلام خلال سير الحملة الانتخابية،
كقاعدة، على المبادئ العامة التالية :

- الموضوعية
- الحيادية.
- الاستقلالية
- التوازن
- المسؤولية

وطبيعي أن يتمتع التطبيق العملي لعمل وسائل الإعلام في مختلف البلدان
بالعلاقة بأشكال ملكية وسائل الإعلام بخصائصه.

وبالعلاقة بنوع الملكية هناك طرق متنوعة ممكنة لهذه أو تلك من وسائل
الإعلام الجماهيري لمشاركة الصحفيين.

في غضون ذلك ، وفي الحملات الانتخابية يبقى مطلب الالتزام بهذه أو تلك
من المعايير الأخلاقية والقواعد السلوكية ثابتاً لا يتغير. ففي مختلف قوانين أخلاق
الصحفيين التي تتضمنها العقود المبرمة بين صاحب العمل وأعضاء الفريق
الصحفي يمكن لقواعد النشاط المهني أن تتنوع في الحدود الواسعة.

وترتبط المعايير الأخلاقية لنشاط الصحفيين ومشاركتهم في الحياة السياسية
ارتباطاً مباشرة بهيئة تحرير محددة. وهكذا، فإن العامل في مطبوعة حزبية
خالصة ملزم بدعم مرشح الحزب والقيام بالحملة الدعائية له، أما الصحفي العامل
في هيئة تحرير "غير حزبية" فمهمته موضوعية مستقلة، ولا يحق له المشاركة في
الحملات السياسية أو في ترشيح نفسه لشغل منصب عن طريق الانتخاب،

والعاملون في هيئات التحرير الحكومية يحدد نشاطهم من قبل القوانين وحسب نظام تغطية الحملات الانتخابية ذاتها.

فللانتخابات الحرة صفة حتمية من صفات الديمقراطية. إنها بديهية. والشباب لا يستطيع أن يتصور حتى أن الانتخابات في بعض البلدان سوف تجري، في وقت ما حسب سيناريو معد مسبقاً، دون عواصف واحتجاجات. ناهيك عن إجرائها دون اغتيالات سياسية. فلقد تعلم الناخب في بعض البلدان الآن أنه في أثناء الحملات الانتخابية يستخدم المرشحون إلى مناصب انتخابية - حتماً - الطرق والأساليب المأخوذة من التكنولوجيات السياسية "القدرة".

ويتساءل الناخبون أحياناً: لماذا لا وجود لمثل هذه القدرة وهذه الفظاعات في بلدان أخرى إن الكثير من هذا موجود هناك أيضاً، لكن يحدث بدقة ولطافة وحذافة. وعدا ذلك، إن العديد من الأمور ما قبل الانتخابات قد صنعت في الخارج بالذات. فهناك لا تمر الخدع والاحتيالات عن طريق الصحافة، فمن الممكن الإفلاس بسبب المحاكمات القضائية. والإذاعة والتلفزيون يبدوان أيضاً موضوعيين أكثر أو أقل. وإذا تمّ خرق القواعد الصارمة فمن الممكن فقدان الترخيص بالبرث. أما فيما يتعلق بالأساليب القدرة في الصراع السياسي، فهي موجودة هناك أيضاً، وقد شاهدناها مراراً، وهي التنصت على المنافس بوضع الأجهزة لذلك في مكتبة، و "ضياع" آلاف الأصوات في المناطق الانتخابية، و الحرب التي تقوم بين المرشحين لتثويبه السمعة، وتستخدم العديد من الأساليب المعدة مسبقاً. لكن كل ما ذكر أعلاه قد نما على التربة في بعض البلدان وازدهر. والسبب هو الرقابة الضعيفة على التقيد بالقوانين، لأن كل السياسيين في هذه البلدان لهم مصلحة

بهذه الدرجة أو تلك في خرقها. وبالنتيجة تصبح بلدانهم أكثر فأكثر ميداناً لصناعة أساليب الأحتيال والخداع للناخبين.

لنرى بعض الأساليب غير الشرعية والأكثر انتشاراً "لتحقيق الفوز" في الانتخابات التي استخدم سابقاً في بعض البلدان الأجنبية وتستخدم بشكل واسع في بلدان ومناطق غربية وأجنبية حيث يحدث "اختبار" التكنولوجيا السياسية. فلكثر الأساليب المنتشرة بين هذه الأساليب ما يسمى "حرب تشويه السمعات". إن كل مرشح من المرشحين يدرس بالطبع الجوانب القوية والضعيفة لدى منافسه. وماذا يمكن استخدامه خلال سير السباق الانتخابي، وهذه مسألة ضمير الفريق والمرشح ذاته. لكن أي ضمير يمكن أن يكون في الحرب؟ وهكذا يسود السياسيون سمعة بعضهم البعض أمام الناخبين.

ولقد أتى في جريدة "حقائق وبراهين" في بطرسبورغ في مادة بعنوان "لا ضرورة للزيادة علينا" حول كيف نشرت "صحيفة نوفايا فيبورغسكايا" في تاريخ الأول من تشرين الثاني استناداً على "حقائق وبراهين" مقالة بعنوان "الأغراض الموحدة". لقد كان كل شيء على ما يرام، لكن العاملين في هذه الجريدة... أضافوا إلى المؤلف وكما يشير دينيس سيسويف "في وسط المقالة مباشرة نجد فقرتين مليئتين بشيء من الفضائح المفعمة بالهنديان في ألوان جنسية ضد المرشح المحلي..."، ولكن كل هذا ما هو إلا بعض من الورد.

وتعتبر المناظرة النوع الأساسي بين أنواع مشاركة المرشحين في البث التلفزيوني المباشر. ومما لا شك فيه، أن المناظرات قد تغيرت مع مرور الزمن وأضحت أقل عفوية وأكثر إدارة وباتت معدة بدقة أكثر من قبل المتخصصين في مجال صنع الشخصية وإدارة الحملة. ومع ذلك كله يعتقد الناخبون كما كانوا في

السابق أن المناظرات لحظة الحقيقة التي تسمح لهم بالتعرف على المرشحين بعمق أكثر. والمسألة تنحصر في أن هذا الشكل له حسنة واحدة وأفضلية واحدة ألا وهي أن المناظرات التلفزيونية تسمح للمرشحين بالتوجه مباشرة إلى الناخبين باستخدامهم أكثر وسائل الإعلام الجماهيري فاعلية. لكن إن كان المرشح يرفض المشاركة في المناظرات خلال الحملة الانتخابية، فعليه تفسير سبب هذا الرفض. وإلا يمكن أن يفقد أصوات الناخبين. وأحياناً يرفض المرشح القبول بشروط المناظرة التي عادة تدور مناقشة المرشحين حولها إضافة إلى جدول الممولين وممثلي وسيلة الإعلام الجماهيري تلك التي تشرف عليها. وبغض النظر عن كيف ستصبح المناظرات مفتعلة أو غير متوقعة مع مرور الزمن، ف إنها ستبقى تقوم بوظيفة إطلاع الناخبين.

وتستخدم الآن أشكال عدة من الإعلان، نذكر من بينها ما يستخدم بشكل واسع وهو عندما يفضح المرشح "الجيد" أفعال أو نيات المرشح "السيء". وبالرغم من أن المعلومات تظهر على شاشة التلفزيون غالباً ما تكون كاذبة وغير صحيحة أو تؤول بشكل غير صحيح. وهنا سيكون ميل الناخبين إلى جانب ذاك المرشح الذي تبدو شخصيته لهم أكثر نصوعاً ويتذكرونها بصورة أفضل. إن تطبيق الإعلان السياسي والإعلان الذي هدفه التشهير بالذات يتحول أحياناً إلى نوع من أنواع الاستفزاز السياسي.

تتحول وسائل الإعلام الجماهيري أيام الحملات الانتخابية إلى مسرح للمعارك بين العشائر السياسية -المالية. ولا يمكن لأي حزب أو حرب إعلامية أن تقوم بدون دعاية، واليوم يعمل كل مقدمي البرامج التحليلية عملياً في حقل هذا النوع بشكل مثمر.

وينطلق في السباق الانتخابي رجال الأعمال من مختلف المستويات. فهذا ضروري لهم في سبيل تطوير رؤوس أموالهم من خلال البنى الحكومية. و"يدخل رجال الأعمال السلطة" بصورة مكشوفة أثناء الانتخابات في المناطق التي تجذب تقليدياً اهتمام السياسيين والأوساط الاجتماعية الواسعة. وليست المسألة في أنه هناك يتم انتخاب السلطات المحلية التي يعود مصير البلاد إلى مواقفها لدرجة كبيرة. ففي المناطق يتم وضع التكنولوجيا الانتخابية الجديدة التي ستستخدم فيما بعد في الحملات الأوسع.

ويسعى المرشحون والفرق الانتخابية للحصول على دعم الصحافة، وفي بعض الحالات يسعون لشرائها وفي حالات أخرى يلبسون قناع الرقابة. وتشهد على ذلك الصحافة ذاتها. فمثلاً نشرت صحيفة (الشعب) الجزائرية مقالة بعنوان بليغ: "للصوص المرقشون يريدون الرقابة!". وتقول الجريدة: "إن كان مع تقديم ذلك إلى النيابة العامة إن المسؤولية عن أقوال السياسي في والمرشحين والوزراء والقادة والخبراء، تلحق برؤساء التحرير فسيتم شطب حرية الكلمة في الجزائر". وغالباً جداً ما يسعى الموظفون من مختلف الدرجات والنواب العاملون والمحافظون وغيرهم من الشخصيات المنتجة إلى التظاهر بتحمل عبء الرقابة.

والمشكلة الأولى التي تصادف المرشحين هي ضرورة حضور الناخبين إلى صناديق الاقتراع. وتحدث نتائج الانتخابات ليس فقط في بعض البلدان العربية بل وفي الخارج أيضاً عن المشاركة الضعيفة في الانتخابات. لذلك إن المرشحين وبخاصة النواب العاملون يسعون إلى جذب اهتمام الناخبين إليهم بالطرق المصطنعة. والبعض منهم يخوض مواجهة لا معنى لها ولا فائدة منها مع السلطات التنفيذية حول صغائر الأمور فقط بهدف لفت الأنظار إليهم. الأمر

مفهوم إن انتقدوا، مثلاً، المحافظ في عمله لكن عندما يواجه أي اقتراح يقدمه بالحرب فقط لأنه صادر عن السلطة التنفيذية يكون هذا الأسلوب غير ذي جدوى.

ولدى الأحزاب والحركات جهاز وعائي ضخم ودعم من الصحافة والموارد المالية. وهنا لا يحسد المرشحون المستقلون على أوضاعهم، إذ إنهم ملزمون بالاعتماد فقط على قواهم الذاتية ودعم الناخبين لهم. وتظهر التجربة أن الناخبين يصوتون أكثر وأكثر لصالح المرشحين المستقلين بالذات. لكن المستقلين عن ماذا أو عن؟ هذا السؤال من الأسئلة السهلة. المرشح خصم للمرشح. باختصار، إن الناخبين يحضرون إلى صناديق الاقتراع للتصويت لصالح شخص معين.

وهناك أسلوب آخر وهو "استمالة المرشحين أي تسجيل المرشحين ذوي الكنيات المتطابقة في دائرة انتخابية واحدة. ففي زمن الانتخابات التشريعية في بترسبورغ عام 1998 على سبيل المثال ظهر في عدد من الدوائر الانتخابية خلال مرحلة جمع التوقيعات مرشحون مستمالون". وهكذا، لقد ظهر إلى جانب ميخائيل إيفانوفيتش بيروغوف المدرس في الجامعة ميخائيل إيفانوفيتش بيروغوف الميكانيكي، وإلى جانب سيرغي ميخائيلوفيتش ميرونوف ظهر سيرغي فالينتينوفيتش ميرونوف، وظهرت "الشعبية" لرجال السياسة المعروفين في الهيئة الفيدرالية. وبالطبع إن طريقة "نسخ" المرشحين مأخوذة ليس من فيلم سينمائي بل من التجربة السياسية - "فالشبيه" قد استخدم في أوكرانيا كذلك أثناء الانتخابات البرلمانية.

إذاً، ما الذي تقدمه هذه الطريقة؟ وإلى أي آثار سياسية ستؤدي؟.

أولاً، تسحب الأصوات من صاحب الكنية المماثلة. ومن ثم يمكن "الشبيه" إلقاء كل المسؤولية على زميله في الكنية إن حصل خرق لقانون الانتخابات. وإن لحق الفشل بالمرشح الحقيقي، فيمكن الاحتجاج على نتائج الانتخابات أمام القضاء. وباختصار إن خدعة "الكنيات" المتشابهة للمرشحين ليست من دون ضرر وإساءة. وقد حدثت "مفاهيمات" بين فرق المرشحين "ذوي الكنيات المتشابهة" مع التهديد باستخدام الأسلحة. وخاصة إن "توضيح العلاقات" من هذا النوع حدث بين شخصيتين باسم سيرغي بيلياف.

وإلى جانب "تشابه الكنيات" أضحى أسلوب "الضح في" دائرة المرشحين أسلوباً مدهشاً وإرشادياً بالنسبة للناخبين. فيستطيع الناخب التحكم بشكل ما بخمسة أو ستة مرشحين لشغل مكان واحد. لكن الأصعب له أن يتحكم إن تعلق الأمر بعشرة مرشحين من أصحاب الكنيات المتشابهة فسيكون الأمر معقداً جداً ويستحيل الاختيار.

وهكذا، لقد تم تسجيل أربعة مرشحين في الدائرة الانتخابية رقم 31 (منطقة موسكو) أثناء الانتخابات في بطرسبورغ عام 1998، أما في الدائرة رقم واحد (منطقة فاسيلولترومنسك) فتم تسجيل 26 شخصاً لشغل مكان واحد في المجلس التشريعي في المدينة. ولذلك فلن "ضح" المرشحين إلى الدوائر قد أدى إلى أن يعتمد أو يسترشد المعدل الوسطي من الناخبين بالمرشحين الذين تتشابه كنياتهم، حسب السمعة، أي أنها كانت عالية الاحتمال للتصويت مصادفة أو من غير وعي لصالح النائب الحالي.

وهناك طرق عديدة أخرى لا يمكن أن يستخدمها الإنسان الشريف، مثل، إصدار وتوزيع منشورات كاذبة ومزورة التواقيع للتاس الذين لم يوقعوا أصلاً (وقد

حدث ذلك مراراً)، وتنظيم أفعال جماهيرية دعماً لأحد ما أوضده، والشراء المباشر للناخبين - (على شكل توقيع اتفاق أو تقديم هدايا) - وكذلك تنظيم "تصويت مسبق" لصالح أحد المرشحين.

ويستخدم بشكل واسع أسلوب "رمي البطاقات" أي القصاصات الورقية. وينحصر المغزى منه في الآتي: يقوم أي ناخب غير معروف أو أي عضو في اللجنة الانتخابية بإسقاط البطاقات الانتخابية المزورة في صندوق الاقتراع. وبالنتيجة يكون عدد الناخبين المسجلين الذين شاركوا في الانتخابات أقل بكثير من عدد البطاقات. وكقاعدة تعتبر هذه الانتخابات في هذه الدائرة لاغية. والمثال الساطع على هذا الأسلوب حصل في انتخابات عام 2001 في مدينة سامارا. وعام 2004 في مدينة خاركوف الأوكرانية.

ويستخدم في البلدان التي تغيب فيها الرقابة الفعالة على سير العملية الانتخابية التزوير البدائي لنتائج الانتخابات.

وكما نرى، توجد إمكانيات غير قليلة لجذب الناخب أو حتى تحييده على أقل تقدير. فعلى الناخب أن يكون متيقضاً كي لا يقع في الشباك المنصوبة من قبل صانعي الشخصيات الذين لديهم العديد من الأساليب للتأثير في إبداء رأيه والتعبير عن إرادته.

إن الدعاية الأمريكية الرسمية قد قدمت الانتخابات الرئاسية عام 2000 كانتخابات نموذجية تثبت أن كل صوت من أصوات الناخبين سوف يحتسب. في حقيقة الأمر، سجل العديد من المخالفات، بما فيها "فقدان" آلاف البطاقات الانتخابية.

وعدا ذلك فإلن النظام الانتخابي في الولايات المتحدة بدا قديماً، حتى في أعين الأمريكيين المحافظين.

وكانت قد سيطرت على عقول الأوساط الاجتماعية في الولايات المتحدة أوائل التسعينات من القرن الماضي فكرة مفادها: أن الانتخابات في البلاد أخذت بتدهور أكثر فأكثر بـ "سباقات الجرذان". فوسائل الإعلام الجماهيري لا تعتبر الاهتمام عملياً بالبرامج الانتخابية للمرشحين وبأهدافهم السياسية بعيدة المدى، بل تلقي الضوء على الحملة الانتخابية وكأنها منازل رياضية: من حصل على نقاط أكثر وكيف تجاوز خصمه عند المنعطف ؟ وقد ظهرت قوى مؤثرة مستعدة لتخصيص أموال كبيرة كي تعكس الانتخابات إرادة الشعب الأمريكي فعلاً.

فللديمقراطية تعمل فقط في حال مشاركة المواطنين. وعندما يطغى على الناس الإهمال واللامبالاة والمجون والاستهتار وقلة الاحترام يكون النظام السياسي في خطر.

وكما كتب إدوارد ميللير في مقدمة كتابه "مشروع شارولت" كيف يمكن مساعدة المواطنين من أجل الإمساك بالديمقراطية بيدهم، الذي صدر بعد انتخابات عام 1988، لقد شعر العديد من الصحفيين بصفارة الإنذار، لكن جزءاً قليلاً استجابوا للخطوات التجديدية. وأضحت جريدة "شارلوت أوبزرفر" أحد هؤلاء المجددين.

إن النقص في إلقاء الصحافة الضوء على الانتخابات الرئاسية عام 1988 قد استدعى قلق معهد بوينتير لدراسة قضايا وسائل الإعلام الجماهيري، وفي ربيع عام 1991، اتخذ هذا المعهد خطوات فعالة بجذبه الشركاء - من بين وسائل الإعلام الجماهيري - الذين كانوا مستعدين لسحب تغطية الحملة الانتخابية من

أولئك الذين حضروا المعلومات لمصلحة المرشحين الذين يمثلون ، وإعطاء دور أكثر فاعلية للناخبين.

ونتيجة للتعاون الذي استمر عامين بين جريدة "شارلوت أوبزيرفير" وبين المحطة التلفزيونية WSOC-TV في مدينة شالوت (ولاية كارولينا الشمالية) وضعت طرق متميزة راديكالياً لتغطية الحملة الانتخابية.

وكانت الاستراتيجية المتخذة بسيطة بما يكفي:

- يجب أن تحدد الفقرات الأساسية للبرنامج الانتخابي من قبل الناخبين وليس من قبل المرشحين.
- يجب على الناخبين معرفة الإجابة في جوهر هذه الفقرات.
- يجب جذب القراء للمشاركة في إضاءة الحملة الانتخابية وإلى تقييم المرشحين وعمل الصحافة.

واتخذت جريدة "شارلوت أوبزيرفير" وبدرجة أقل محطة WSOC-TV عدة خطوات هامة في سبيل تحقيق هذه المهام.

وفي أواخر عام 1991 أجري في منطقة عمل الصحيفة والمحطة التلفزيونية استطلاع للرأي العام بهدف تحديد "البرنامج المدني" أي جملة القضايا التي يرغب بيويتها سكان كارولينا الشمالية والجنوبية في برامج المرشحين الانتخابية.

وشكل مجلس المواطنين لإعلام وسائل الإعلام الجماهيري عن أمزجة الأوساط الاجتماعية وموقعها من بعض فقرات البرامج الانتخابية ومن شخصيات المرشحين خلال سير الحملة كلها.

وأعطي الدور المركزي للقراء. فقد استطلعت آراؤهم وأجريت المقابلات معهم واقتراح عليهم طرح الأسئلة على المرشحين ووجهت إليهم الدعوة إلى مناظرات اجتماعية، وكل يوم تقريباً كانوا يظهرون أبطالاً في نشرات الأخبار. وبذلك حدد القراء لهجة تغطية الحملة الانتخابية وجوهرها.

فهل تحقق شيء ما خلال سير تنفيذ المشروع؟ نعم.

إذ أثبت أن مئات المواطنين الذين كانوا يتخذون مواقف المراقبين غير المشاركين في السنوات السابقة أضحوا مشاركين فاعلين في الحملة وفي تغطية الصحافة لها. وازداد عدد المواطنين الذين سجلوا أنفسهم وشاركوا في التصويت ووجدت الأوبزير سبلاً هامة جديدة لإقامة علاقات وروابط مع القراء.

خلال تنفيذ المشروع اتضح أن:

- القراء يستطيعون ألا يكونوا مستهلكين فقط بل شركاء.
- البحث عن سبل حل المسائل هام بالنسبة للقارئ بلدرجة نفسها التي عليها أهمية إظهار القضية.
- الموضوعية التي يسعى إليها الصحفيون غالباً ما تتحقق مقابل تفهم الأوساط الاجتماعية وجذبها.
- المسائل السياسية يجب إضاءتها من منظور مصالح المواطنين وليس من منظور مصالح السياسيين أو الصحافة.
- هيئات تحرير وسائل الإعلام الجماهيري تستطيع إعادة ترتيب عملها. وتستطيع أيضاً أن تستبدل الأساليب الصحفية.
- تفتت الموقف المدني وهبوط مستوى اهتمام القراء ظاهرتان متلازمتان ولبعث واحدة منهما لا بد من بعث الاثنتين معاً.

إن أهداف معهد بوينتر انتشرت خارج حدود مشروع شارلوت خارج التقنية في الصحافة للمسائل السياسية. وبالنتيجة تكون الوصف الجديد للصحافة الشعبية أو الجماهيرية الذي من المفروض أن يحمي الفارق بين القيم الصحفية واحتياجات السكان الذين تخدمهم، وأخذ الصحفيون ينظرون بمنظار جديد إلى جمهورهم. كما نرى أن الدفاع عن حقوق الإنسان والحريات الديمقراطية يرجع مباشرة إلى الضمان الحقيقي لحرية الكلمة وحرية الصحافة.

تعكس النظريات والتوجيهات المتعددة في الصحافة الدولية خصائص وجود المجتمع المعاصر وتعدد جوانب الطرق العلمية في تحليل هذه الظاهرة المعقدة. وتستخدم وسائل الإعلام الاتصالات الجماهيرية في العديد من البلدان الأجنبية عن وعي في سبيل تحقيق الأهداف الجيوسياسية ولانتهاج سياسة داخلية للدولة تعمل لصالح الأوساط الحاكمة على حين تستخدم أساليب الدعاية المتحكمة في بعض الحالات.

في سياق الحوار والتواصل الدوليين المعاصرين الذين يستخدمان على نطاق واسع التبادل الإعلامي الدولي، نجد مسائل مثل الحقوق والحريات الأساسية للإنسان، ونظام التبادل الإعلامي الدولي، والعمليات السياسية الداخلية التي تحس وسائل الجماهير وغيرها الكثير تصبح مواد ومواضيع لصراع حاد على المستوى الدولي، إن الحاجة الاجتماعية للمعلومات تلبيها وسائل الإعلام الجماهيري بتلك الدرجة، وبذلك الحجم اللذين يميزان بلداً مأخوذاً وحده، وفي ظروف تاريخية محددة جداً.

الفصل الثاني

الاتجاهات العالمية لتطور الإعلام *

بغض النظر عن الخصائص القومية الهامة جداً لتوظيف وسائل الإعلام الجماهيري والاتصالات، هناك اتجاهات عالمية عامة لتطور الإعلام. ففي الظروف المعاصرة يتمتع بأهمية عظيمة:

- حساب آثار عولمة (شمولية) الأنظمة وإمكانية اقترانها بالمصالح الإقليمية.
 - العلاقة المتبادلة والارتباط المتبادل بين الإعلام والاقتصاد على مستوى شركات وسائل الإعلام الجماهيري وعلى المستوى الأعلى.
 - الأشكال الجديدة لمركزه رأسمال وسائل الإعلام الجماهيري واحتكارها.
 - التباين اللاحق وتخصيص وسائل الإعلام الجماهيري.
 - التغيرات الجوهرية في الصحافة التطبيقية في العالم التي حدثت في العقود الأخيرة.
 - تأثير السياسة الوطنية للدولة والأولويات القومية في العلم والتكتيك الدولي في الضمان التكنولوجي لوسائل الإعلام الجماهيري والكثير غير ذلك.
- إن حساب الاتجاهات الأساسية لتطور الإعلام المعاصر يسمح بالتصويب الصحيح للسياسة الوطنية في مجال وسائل الإعلام الجماهيري.

1- عولمة الإعلام:

أحدث المنجزات في صناعة المجلات والصحف، وتوظيف الإذاعة والتلفزيون، دخول الكمبيوتر في العمليات التكنولوجية والإعلامية والاتصالات مما

* أ.د. عطا الله الرمحين

يسمح إلى درجة كافية من الثقة والاحتمال بالتأكيد على أننا انخرطنا في مجتمع معلومات جديد.

وكما توقع المستقبلون (أنصار النظرية المستقبلية)، إن الثورة العلمية التكنولوجية لم تمر جانباً من وسائل الاتصال الجماهيري التي تتعرض الآن لتغيرات جذرية.

فلأعوام الأخيرة شهدت عمليات متباينة وليست ذات مدلول واحد حيث حصلت على اسم عولمة (شمولية) المجال الإعلامي. وهذه الظاهرة ترتبط قبل كل شيء بأحدث المنجزات في مجال تكنولوجيا الاتصالات والإلكترونات. وإن وصول الخبر فوراً عملياً إلى المشاهدين والمستمعين والقراء يسمح لملايين الناس بل أن يصبحوا شهود عيان ومشاركين في الأحداث. وعند ذلك نصبح مشاركين بدون إرادتنا في الأحداث الجارية على بعد آلاف الكيلومترات. ولهذا السبب يطرح السؤال نفسه، ماهي الآثار الاجتماعية التي ستركها هذا الأمر؟

منذ الآن تغطي شبكات الكمبيوتر كل العالم، وتوجد إمكانية حقيقية للمستخدم لها الحصول على الخبر الضروري له من الوكالة أو المصدر الذي يختاره من أي بلد ومن أي نقطة على الكرة الأرضية.

ثم إن اجتياح التقدم العلمي -التكنولوجي الصحافة وشؤون النشر قد أدى إلى آثار محتمة يصعب تقدير عمقها وأهميتها بثمن، وإن الإدخال الواسع للتكنولوجيا الإلكترونية -الحاسوب ونقل المعلومات والمعطيات عبر الحدود، وتشكيل شبكة كمبيوترات عالمية، كل هذا وغيره الكثير يحتم وجود تكنولوجيا حديثة في العمل الصحفي واتجاهات جديدة لجمع وتحليل وتوزيع الأخبار.

لنأخذ على سبيل المثال قاعدة المعلومات الأمريكية ناكسيك التي تخدم البنوك والشركات التجارية والصحفيين. إنها تتضمن نصوصاً كاملة لثمانية ملايين من 125 جريدة ومجلة وغيرها من المصادر.

إن نواتها الصحفية تتضمن نصوص مقالات نشرت على صفحات أربع صحف يومية أساسية في الولايات المتحدة واستعراضات للصحافة العالمية وأنبه وكالات التلغراف في الولايات المتحدة وبريطانيا واليابان والصين. وهذه النوات تمتلئ يومياً ويضاف إليها حوالي أربعين ألف مقال.

إن عولمة المجال الإعلامي لها عدد من الآثار الاجتماعية . هل نرحب بما يسمى بالنظام الإعلامي الجديد منذ زمن بعيد ؟ إن زعماء الدول ورؤساء حكومات الدول غير المنحازة (عدم الانحياز) الذين اجتمعوا عام 1976 أيدوا مسألة توسيع التعاون وتعزيز الأمن الدولي، وإحداث نظم وطني وإقليمية لإعداد الصحفيين وتطوير التبادل بين الدول غير المنحازة بهدف حصة مشاركتها في التبادل الدولي للمعلومات والحد من نشاط الاحتكارات الصحفية .

وبدا وكأن لا شيء غير عادي. فببساطة كانت الدول النامية قلقة من الوضع الذي حصرت فيه وأبعدت وراء أبواب الوسط الإعلامي وكانت مجبرة على الاكتفاء بسفاسف الأنباء تلك التي تنقلها إليها الوكالات الدولية.

لكن في العام 1981 عقد منتدى آخر في تالوار أيدو ما يسمى بالإعلان التالواري المضاد. وجوهر الأمر فيه أن العمليات المعقدة الجارية في ماس ميديا قد نظر إليها هنا من وجهة نظر "موازاة الغرب" الذي م عناه يقود إلى صيغة بسيطة " ينشر المعلومات ذاك الذي يمتلكها والذي يمتلك المال لإنفاقه على توزيعها.

ومن الطبيعي أنه خلال الأعوام الأخيرة قد حدث الكثير في العالم، وغير بشكل كبير اللوحة الإعلامية في المعمورة.

وكما أشارت البروفسورة في جامعة بطرسبورغ فينوغرادوفا، يحتل تقرير لجنة شون ماكبرايد "أصوات كثيرة - عالم واحد" الذي نشر في عام 1980 مكاناً خاصاً بين العديد من الدراسات والبحوث في مجال الإعلام.

وكانت قد عرضت في التقرير اللوحة الإعلامية والاتصالات التي تكونت في السبعينات. وقد حقق هذا التقرير صدى عالمياً. وفي أوائل التسعينات اهتم العديد من المؤلفين مرة أخرى بالقدر الذي "عملت" فيه الاستنتاجات والتنبؤات المتضمنة في تقرير ماكبرايد في سياق الأحداث المميزة لعمليات الاتصال الجماهيري التي جرت في الثمانينات من القرن العشرين. وعند دراسته " تقرير ماكبرايد" ينظر زاسمان (الولايات المتحدة) في "الديالكتيك الهيفلي" الذي غير هذه الحركة. وبناءً على ديالكتيك زاسمان نفسه "نزول" التناقضات - "النظام القديم" مع ما يميزه من هيمنة الغرب (1946-1976) و"النظام الجديد" الذي عكس مساعي العالم الثالث والاتحاد السوفيتي "سابقاً" (1976-1981) في "النظام الجديد"، الذي في أطره عمل شروط اللعبة التكنولوجية التي توحد التليفون والتلكس والآلات الحاسبة الإلكترونية مع شبكات الكمبيوتر والأقمار الصناعية والألياف البصرية. وتنشأ آلية فريدة للتنظيم الذاتي: تمنع الدولة - والمنافسة المصالح التجارية الخاصة، أما وسائل الإعلام "الصغيرة" الشخصية فتحول أو تعوق بدورها تكوين احتكار الدولة وقيام هـ وتفتح تكنولوجيا الاتصالات لكل فرد الطريق إلى المعلومات وتوسع إمكانيات التعاون المتبادل في السياق الثقافي على المستوى العالمي .

ويورد س. بيم (الولايات المتحدة) جملة كبيرة من المعطيات الإحصائية التي تساعد على تفسير هل لا تزال قائمة عدم المساواة الإعلامية التي سجّلت في تقرير ماكبرايد. ويعرض البحث أن نسبة التزويد بالاتصالات والأخبار بشكل عام للمناطق المتخلفة سابقاً قد ازدادت ولو كانت بشكل قليل، فازداد أعداد الصحف وكثر عدد أجهزة الراديو والتلفزيون. لكن هذا التقدم، كقاعدة، له صفة الجري للحاق. فللدول الصناعية لا تزال بعيدة في الأمام (على الرغم من أنه في هذا المجال كانت مفاجآت في عام 1988 في بيرمودا إذ وصل عدد أجهزة التلفزيون إلى 904 لكل ألف شخص في حين كان هذا العدد في الولايات المتحدة 812).

وكان قد اقترح مؤسسو اليونسكو حينذاك اعتبار "النشر الحر للأفكار بوساطة الكلمة والصورة" عاملاً جوهرياً لتطوير التعاون بين الشعوب. لكن، وللأسف، لم يتحقق هذا المبدأ في ظروف الحرب الباردة.

وبسبب المتغيرات على الساحة الدولية التي جرت في الثمانينات وضعت اليونسكو طريقة جديدة لقضية وسائل الإعلام الجماهيري التي تتناسب مع احتياجات العالم المعاصر ومع الدول الديمقراطية الجديدة. ففي عام 1989 اتخذت خلال دورة المؤتمر العام لليونسكو وبالإجماع "الاستراتيجية الجديدة للاتصالات" التي كان الهدف منها يكمن في "ضمان السيل الحر للأنباء على المستويين الدولي والوطني وتوزيعها الأوسع والمتوازن أكثر دون أية معوقات لحرية الكلمة".

إن منظمة اليونسكو تدعم عمل المؤسسات الحكومية وغير الحكومية التي تدافع عن الحريات الأساسية، حرية الكلمة وحرية الصحافة. وقد أنشئ في اليونسكو عام 1990 قطاع الثقافة والاتصالات الذي بدأ عمله بوضع 42

مشروعاً للدول النامية من بينها الإعداد المهني للصحفيين ومساعدة الديمقراطيات الحديثة في إحداث برامج خاصة بها وفي إصدار الصحف والمجلات. وهذه "الاستراتيجية الجديدة للاتصالات" تهدف إلى زيادة حجم الاتصالات في البلدان الديمقراطية والنامية.

ومع ولادة "عصر الميديا الصغيرة" تقدم ت اليونسكو على حلقة المجتمع الدولي حيث يمكن أن نجرب إمكانيات وسائل الاتصالات الحديثة وفاعلياتها وتكنولوجيا المعلومات الحديثة. وكانت الأهداف التي وضعتها اليونسكو في هذه الأثناء في مجال التعليم عن بعد والتعليم المتواصل رفيعة جداً: التربية والتعليم في روح اللاعنف والصبر واحترام حقوق الإنسان والتفاهم الدولي بين الشعوب. ثم إن اليونسكو والاتحاد الدولي للعلاقات الإلكترونية قاما بدراسة التعرف على الاتصالات - العامل الهام في تنظيم التبادل الحر للمعلومات، ذلك لأنه في حال وجود تعرفه عالية يمكن لخطوط المعلومات الحديثة عالية الجودة أن تبدو محاصرة. وقد قامت اليونسكو بدورها في إحداث الشبكة العالمية لتبادل المعلومات في مسألة حرية الكلمة التي تعطي الإمكانية لمستخدمي شبكة الإنترنت في الحصول يومياً على المعطيات عن خروقات حرية الصحافة وعن حالات الهجوم على الصحفيين والتعرض لهم.

وهناك أيضاً مسائل هامة أخرى متعلقة بقضايا الاتصالات في عمل اليونسكو. وهي الوصول الحر للمعلومات في الأسواق والدفاع عن حقوق التأليف وضمانة الاستقلالية التي يرغب في الحصول عليها العديد من منتجي الشبكات الإلكترونية، وأشكال التمويل عند نقل أرشيف الصحافة إلى النظام الرقمي والخ.

فنشر المعلومات يرتبط دائماً بديمقراطية المجتمع. واليونسكو لذاتها التي تساعد على ضمان حرية الإعلام، تقترح وتقدم كل الجهود في سبيل أن تجد هذه الحرية تجسيدا لها في الواقع العملي.

وفي الوقت نفسه تقف في طريق الضمانة الكاملة ومتعددة الجوانب لحرية الكلمة وحرية الصحافة حواجز بسبب الوقائع السياسية المعاصرة وطرحت على جدول أعمال المهام العلمية - العملية، خاصة، مسألة تنظيم السيول الإعلامية. وهذا التنظيم يتبدل في عدد من الحالات بإعطاء الإعلام الصفة الإيديولوجية والسياسية المحددة، الأمر الذي يحدث "دائماً عندما يكون الأمر الأعلى ليس المصلحة ولا الحقيقة، وإنما بعض التشكيلات الحزبية- السياسية والدول والأحلاف ومجموعة البلدان التي مصالحها تقدم كمصلحة لكل المجتمع الدولي".

إن إنهاء الاتحاد السوفييتي وكل المنظومة الاشتراكية قد أدى إلى تحرك آلية إعادة بناء العلاقات الإعلامية. وأضحت المعلومات سلعة مع كل ما ينتج عنها من آثار. وبدأ الانعطاف الحاد من دعم "النظام الإعلامي والاتصال الدولي الجديد" نحو توجه "السيول الحر للمعلومات".

وقد أدى ذلك بدوره إلى التوسع النشط للاحتكارات الإعلامية (المعلوماتية) الهائلة من دول الغرب "الولايات المتحدة الأمريكية" إلى الدول النامية وبلدان أوروبا الشرقية "الوسطى وجمهوريات الاتحاد السوفييتي السابقة. إن التوسع الإعلامي يتمتع بأشكال مختلفة وذلك بالعلاقة بالوضع السياسي الاقتصادي وخصوصية البلد. وأول ما ظهر في الأكشاك كانت الإصدارات الغربية الكبيرة. ومن ثم أخذت تعرض على شاشات التلفاز كواذر من وراء البحار ، في الحقيقة وبأشكال وكميات متنوعة مختلفة.

ففي بولونيا اتخذ البرلمان في أثناء حكومة سوخونسكي قانون الإذاعة والتلفزيون الذي وقعه الرئيس فالينسيا. وقد رفع هذا القانون احتكار النظام الإذاعي والتلفزيوني للبث. وكان المجلس الوطني للإذاعة والتلفزيون الذي يذكرنا بعض الشيء بالنموذج الفرنسي يعتبر الجهاز الرقابي الأعلى على الإذاعة والتلفزيون البولونيين. ويضم في عضويته عشرة أشخاص، يعين اثنان منهم من قبل الرئيس ويتم اتخاذ أربعة من قبل مجلس النواب ويعين مجلس الشيوخ ثلاثة. وقد أثبت هذا النظام لإدارة الراديو والتلفزيون جدارته.

وكان هناك قانون مماثل في تشيكوسلوفاكيا "قبل الطلاق" أي قبل تفكك الفيدرالية. وكان التوجه الأساسي للتغيير تشيكيا في الإذاعة والتلفزيون هو الخصخصة. ففي كانون الثاني عام 1993م بيعت أول شبكة بث تلفزيوني تغطي تشيكيا لشركة "سينرال يوروبيان تيلفجن فور 21 سينتوري". و 70% من الأسهم تعود إلى أنظمة التطور الاقتصادي لأوروبا الوسطى التي أحدثت بأموال أمريكية وكندية.

وقد خصصت القناة الثانية للتلفزيون في رومانيا. ففي شركة مشتركة - صاحبة القناة - 25% هي حصة التلفزيون الحكومي و 75% حصة الكونسورسيوم البريطاني - الكندي أتلانتيك تيلفيجن.

وقد استولت وكالات الأنباء العالمية والاحتكارات الصحفية الدولية على السيول الإعلامية في العديد من الدول. وظهر العديد من الشركات المشتركة حيث يلعب الرأسمال الأجنبي الدور الأساسي.

وعلى ضوء الحقائق الواردة أعلاه يمكن وضع أو طرح المسألة (التي لا تزال حتى الآن نظرية، لكنها متشددة) : هل يمكننا الحديث بجدية عن سيادة البلدان التي وسائل إعلامها الجماهيري تقع تحت السيطرة الأجنبية؟

إن تحول وسائل الإعلام الجماهيري في بلدان أوروبا الوسطى والشرقية قد سار في ظروف صعبة من البريبروستروبكا للعلاقات السياسية والاقتصادية في المجتمع. وعلى سبيل المثال نأخذ وسائل الإعلام في سلوفاكيا ووسائل الإعلام في بولونيا.

لقد حل التسجيل في سلوفاكيا في آذار عام 1990م محل السماح لدور النشر (القانون 90/175 من المجلد)، وفي عام 1993م بدأ العمل بقانون الأعداد (النسخ) الإلزامية (قانون 93/93 من المجلد).

ومنذ العام 1989م بدأ النمو الكمي للصحف الدورية. حينذاك رأى النور 326 إصدار مركزي وإقليمي ومحلي، وفي العام 1995 ازداد عددها بنسبة 167%.

فحوالي نصف السكان البالغين أكثر من 14 عاماً يطالعون الصحف اليومية. وإن كانت تطبع في العام 1989 - 12 صحيفة يومية، ففي العام 1993 أصبحت تصدر عشرين صحيفة فقط. وتصدر من الصحف التي كانت موجودة منذ العام 1989 سبع صحف فقط. أربع منها نشأت على قاعدة صحف كانت موجودة سابقاً. وتسع صحف سلوفاكية ظهرت بعد العام 1990. وخلال خم س سنوات من العام 1990 حتى العام 1995 نشأت واختفت عشر صحف، إلا أن عدد القراء لم يزد، أي أن عدد النسخ قد تقلص. و أن متوسط عدد النسخ لصحيفة يومية كان يصل في العام 1989 إلى 155 ألف نسخة، وفي 1990

وصل إلى 104 ألف وفي العام 1992 إلى 89 ألف نسخة وفي العام 1995 إلى 79 ألف. بيد أنه حسب معطيات معهد الدراسات الصحفية أوضحت عدد النسخ اليومية أقل بنسبة 20% إن أخذنا بعين الحسبان الأعداد غير المصححة.

وقد تغيرت الصحافة الإقليمية والمحلية على الشكل التالي. فحسب معطيات عام 1989 صدرت حوالي 122 جريدة مناطقية ومحلية، وفي العام 1995 ارتفع هذا العدد إلى 353. وغالباً ما تصدر هذه المطبوعات بانتظام وعلى مستوى مهني غير عالٍ، وهي من حيث الجوهر كانت على شكل نشرات إخبارية. وظهرت "القصاصات الإعلانية، وازداد عدد صحف المصانع والمناطق من عام 1990 حتى عام 1995 مرتين إلا أن عدد نسخها قد انخفض كثيراً.

إن الإذاعة والتلفزيون في سلوفاكيا اجتماعية - حقوقية. ويبث التلفزيون برامجه على قناتين سي.تي. في - 1 وسي.تي. في - 2 وتبث على أساس تراخيص البرامج على القناة الثالثة - في - تي - في، وهذه تبث برامجه عن طريق الأقمار الصناعية.، وقد أعطى مجلس الإذاعة والتلفزيون 60 ترخيصاً لشركات محلية وإقليمية. فكانت شركة ماكيز تغطي 60% من سلوفاكيا بمساعدة نشر البرامج عن طريق الكابلات.

ويبث الراديو السلوفاكي برامجه على خمس برامج. البرنامج الأول إخباري - اجتماعي. والثاني مخصص للبرامج الأدبية والفنية ، ومكرس للبث الإقليمي والبث باللغات الأجنبية و البرامج الشبابية بالتعاون مع جمعية روسك - إف - إم وإذاعة سي . دي. أي، التي تعتبر البرنامج السلوفاكي باللغة الألمانية للمستمعين النمساويين.

وفي فترة التحول الاجتماعي - الاقتصادي - تعرضت الصحافة بين عامي 1989-1999 في بولونيا لتحولات عاصفة. وكما حدث في سلوفاكيا تعاضمت كمية عناوين الصحف ونشطت عملية التصنيف والتخصص.

والصحافة النسائية كانت أ لثأر أنواع الصحافة التي تتعرض للتغيير. لقد ازدادت ليس فقط كمية الإصدارات النسائية، بل وعدد نسخها أيضاً.

ففي بولونيا الاشتراكية كان عدد الإصدارات النسائية حوالي 48. ومن أقدم المجلات البولونية التي صدرت بعد العام 1945 نذكر "كوبيتا وجيتشي". فقد كانت الصحافة النسائية في جمهورية بولونيا الشعبية، كما هي الحال في كل مكان، تضمن المواد الإخبارية أقساماً وعناوين ثابتة مكرسة للموضة والعمل المنزلي وتربية الأطفال وقضايا الأسرة وغيرها. والصفة الأخرى للصحافة الاشتراكية كانت السعي إلى توسيع الخبرات العملية ورفع المستوى الثقافي لدى النساء وحتى اجتذاب النساء إلى المشاركة في الحياة الاجتماعية. وإلى جانب ذلك فإن الصحافة النسائية كان مفروضاً عليها تقديم الأخبار والترفية والنصائح والتعليم.

وحتى العام 1989 لم يقدر جمهور النساء حق التقدير. وتظهر الدراسات أن عدد الإصدارات المقترحة لجمهور النساء كان أقل بمرتين من الطلب الفعلي عليها. فدينامية تطوير الصحافة النسائية في بولونيا توقفت في العام 1990. فمن 16 مجلة نسائية كانت تصدر بعد العام 1959 استطاعت 10 مجلات فقط تخطي المنافسة حتى أوائل العام 1997. وفقط اثنتان هما "قضايا الأسرة" و"التدبير المنزلي" كانت تصدران بفضل مساعدة الحكومة بعدد نسخ رمزي من 1-2 ألف نسخة. وإن أقدم إصدار نسائي في الصحافة البولونية "كوبيتا وجيتشي" قد

نقلت بقرار من لجنة التصفية صادر في 20 نيسان 1990 إلى اتحاد الصحفيين. وأما الإصدارات النسائية الأخرى فقد انتقلت إلى أياد أخرى.

إن استبدال المصدرين قد قاد إلى توسيع عدد المجالات النسائية النوعية وإلى تحول المضمون كثيراً. وهذه التحولات حدثت تحت تأثير الضغط من قبل المستثمرين الأجانب الذين جاؤوا إلى السوق البولونية بعد عام 1989 وبدؤوا يصدرون مطبوعاتهم الخاصة. وقد تمثل هؤلاء المستثمرين، كقاعدة، في صيغة مجلات ألمانية وأمريكية لا تتمتع عملياً بأي شبه بالإصدارات البولونية. ومن المجالات الممولة من المستثمرين الأجانب تحتل "كلاوديا" التي تمتلكها الشركة الألمانية "غرونير أونديار" المكان الأول. وتعود إلى هذه الشركة أيضاً بعض المجالات مثل "ناي" و"بافي دومو" و"ساندرا" و"أسرار المطبخ". أما دور النشر الأخرى الممولة في السوق البولوني: الألمانية - "غينريخ باوير" (مجلات "تينا" و"خفيليا ولياسيبية" و"آنا بوردا" ("بوردا"، ميس باي" و"فيرينا" و"فيرا"، "فينيكس إنترميديا" ("ويغيتشينا" ("الآ") ، "أكسيل شبرينفير" ("باني دوفو) وغيرها، ودار النرويجية "أوكلاميديا" ، "فيليبينكا" و"بشيكروي" ودار النشر السويسرية "بورغ ماركارو" فكانت تتقاسم التمويل مع "فينيكس إنترميديا" ("ويغيتشينا").

وقد أحدثت المجلة الشهرية "فاميليا، الأسرة الكاثوليكية" حسب نموذج الإصدارات الأوروبية الغربية. ونشرت حياة القديسين والفكاهات الاجتماعية الساخرة التي كان مؤلفوها شخصيات دينية وروحية وكذلك المقالات عن زيارات البابا في روما.

وإن دار النشر البولونية الوحيدة التي أحدثت بعد عام 1989 كان يكتريها "بروشينسكي ليميتد". الذي أصدر المجلة الشهرية الشهيرة "المستشار المنزلي" -

المحلية التي بالرغم من أنها موجهة لكل العائلة، لكنها غالباً ما تشتريها النساء. وفي العام 1994 وصل عدد نسخ هذه المجلة إلى ثلاثة ملايين نسخة. والإصدار البولوني الآخر الذي حقق نجاحاً في السوق كان المجلة الشهرية "أسلوبك" بنسخ عددها 450 ألف نسخة.

إن أكبر عدد من الإصدارات البولونية للنساء (37) نشأ في عام 1991، ففي عام 1990 كان 14، أما في عامي 1992 و 1993 فكان 17 لكل عام. فللنجاح الكبير الذي حققته الصحافة النسائية في بولونيا كان له عدة أسباب. إذا كان العرض يتناسب مع الطلب. وكانت الإصدارات النسائية مخصصة لكل الفئات العمرية والاجتماعية والمهنية ، ثم إنها تمتاز ليس فقط بالتخصص، بل وبالسعر. وإن النموذج والمتلقي قد حددا مضمون الإصدار ومحتواه.

وقد كانت الإذاعة والتلفزيون الحكومي ان البولوني ان كانا قبل التحول موجودين حسب مبدأ التحويل الذاتي إضافة لامتلاكهما الحق في الاقتراض والمعونة من ميزانية الدولة. ومع دخول البلاد في سياسة اقتصاد السوق كانت الإذاعة والتلفزيون قد فقدتا عملياً المعونات من جانب الدولة. وانخفضت بحدة الواردات من غرفة الاشتراكات بسبب التدني المتسارع لمستوى دخل السكان.

وكان التلفزيون البولوني مضطراً إلى السير على طريق التجارة. ولم تستطع السياسة الإعلامية غير الفاعلة والاشتراكات المتدنية تغطية كل النفقات الضرورية لاستمرارية التلفزيون ذاته. فضرورة تحويل النفقات في سبيل القيام بالمهام الاجتماعية- السياسية دفعت قيادة الإذاعة والتلفزيون البولونيين إلى البحث عن طرق أخرى، بما فيها اجتذاب الرأسمال الأجنبي.

ففي مجال وسائل الإعلام الجماهيري الإلكتروني كانت مشاركة الرأسمال الأجنبي منذ بداية إعادة بنائها في بولونيا محدودة للغاية.

وهذه المحدودية بالنتيجة قد صيغت تشريعاً كما يلي: إن المادة 33 من ميثاق الإذاعة والتلفزيون تسمح بمشاركة الرأسمال الأجنبي في وسائل الإعلام الإلكترونية بما لا يزيد عن 33%. وحسب رأي المحللين البولنديين إن هذه المحدودية سوف تنتهي في نهاية المطاف لأن تطور الإذاعة والتلفزيون يتطلب استثمارات هائلة.

ثم إن تحول التلفزيون البولوني قد ترافق بتوسع (الفضائيات) التلفاز - الأقمار الصناعية) وولادة وقيام قنوات التلفزيون الخاص، مع اجتذاب الرأسمال الأجنبي الأمر الذي كان مشروطاً بالانتقال التشريعي من الموديل الحكومي إلى التلفزيون الاجتماعي.

وقد نشأ أول تلفزيون غير حكومي في بولونيا عام 1990، وحتى بداية إعطاء الرخص بالبث (بالتناسب مع موضوعة البث الإذاعي والتلفزيوني المعتمدة أوائل عام 1994) بلغ عدد مراكز البث التلفزيوني الخاصة العاملة على التمويل الخاص 19.

إن استيعاب المجال الإعلامي للدول الاشتراكية السابقة يتم كذلك عن طريق توحيد برامج إعداد الكوادر حسب المعايير الغربية.

أهذا جيد أم سيء ؟ جوابه يعود للزمن. إلا أنه حتى يومنا هذا لا بد من الموافقة على أن النظام الروسي لإعداد الخبراء - مثلاً - له شعبيته العالية. وكما يشير الدكتور في علوم البيولوجيا والعضو المراسل في أكاديمية سابونوف للعلوم والفنون في ببيتروفسك، "إننا حتى الآن نمثل أفضل التقنيات في العالم لمثل هذا

الإنتاج العلمي الشامل مثل صناعة الطائرات. إن حوالي عشر دول تصنع الطائرات، لكن من كل النماذج، اثنان فقط هما (روسي وأمريكي). ومن المعترف به أن التصميمات النظرية لعلمائنا في مجال علم الطيران هي الأفضل في العالم. فلرياضيات التطبيقية والبيوفيزياء والبحث الجيولوجي وعلم الزلازل وعلم الوراثة المبسط، ليست القائمة الكاملة للعلوم التي رتزع فيها.

ولنحاول التقدير كمياً مكانة العلوم الأساسية الروسية في العالم. عند التحليل يبادر للذهن فوراً أن عدد الأعمال المنفذة من قبل المؤلفين الروسي كبير للغاية، حوالي 10%، وهذا يتناسب مع المكان الثاني لها في العالم، ولا يسمح لأن يعتبرنا أحد دولة ضعيفة التطور. إن حصة الولايات المتحدة 40%. والنسبة الأكبر من أعمال المؤلفين الروس هي في الأقسام النظرية للعلوم الأساسية... وهكذا فإين توحيد التعليم ليس دائماً يمكن أن يؤدي إلى تغيرات إيجابية.

ومن بين الآثار الاجتماعية للعمليات التي تم تحليلها لابد من الأخذ بالحسبان أنه تستطيع الإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات إما أن تسييس السكان حتى النهاية وتجعلهم خاضعين لإدارة رجالات السياسة المشاهير، وإما أن تذهب بهم إلى مملكة التأملات وتسلخهم عن الاهتمامات الحياتية والحيوية. وفي هذه الظروف انتقل علم أخلاق الصحفي من مقولة مرئية - مجردة إلى مجال الاهتمامات العملية للعلماء والسياسيين وكل المشاركين في عمليات الاتصالات.

وهناك أيضاً آثار أخرى لعولمة المجال الإعلامي، من بينها الهبوط الحاد للاهتمام بصحافة الدولة الأوروبية الشرقية حتى في الدول المجاورة لها. ففي روسيا مثلاً لم تنتشر لفترة طويلة صحف ومجلات الدول الأوروبية - الشرقية لأن ذلك يعتبر غير مريح.

وبما أن الوصول إلى الخبر في أية نقطة من العالم أصبح بسيطاً وسهلاً فإن الأخبار الدولية أخذت تتعزز في المناطق بالأخبار المحلية، ومرة أخرى بالتناسب مع تنبؤات المستقبلين. وهكذا نشأت ظاهرة أقلمة الخبر مع توفر المجال الإعلامي الشامل. ويساعد على ذلك نهوض "الصحافة الصغرى" الذي أصبح ممكناً بفضل ظهور الأجهزة الطباعية الليزرية ونظم النشر من فوق الطاولة. إن السيل الإعلامي الواسع لا يعترف من حيث المبدأ بالحدود الدولية وبمحدوديات الرقابة. ففي مصر مثلاً يمنع تصوير وعرض الكوادر التي تجسد صورة الله في السينما والتلفزيون، بخلاف شخص إنسان لأن الفاني أي الإنسان ليس مقدراً له أن يعرف جوهر الله. ومن الطبيعي أن لا وجود لهذه الممنوعات في الغرب. ويستطيع المشاهدون المصريون مشاهدة برامج المحطات التلفزيونية الغربية. فما الفائدة إذاً مع الممنوعات؟

وكذلك المثال التالي فللقانون الروسي يمنع استخدام الكوادر التي تؤثر حصراً على لوعي المشاهد في السينما والتلفزيون.

وهذه الممنوعات غير موجودة في عدد من الدول الأجنبية. ولا يمنع استخدام التحفيز اللاوعي في شبكات الكمبيوتر. والنتيجة هي: لقد أحدث فيروس الكمبيوتر "666" الذي بتأثيره عن اللاوعي يمكن أن يؤدي إلى مرض أو حتى إلى موت مستخدم الكمبيوتر.

وإن مقتل مدير تصوير في مدينة فارونج نتيجة نزيف دموي في المخ وهو جالس أمام الكمبيوتر قد أدى إلى سجلات عاصفة بين المبرمجين. فطائفة من الخبراء تشكك بإمكانية إحداث فيروس قاتل وتقدم حججاً مبنية، وأخرى تثبت بحجج لا تقل أن الإنسان قد أحدث الظروف بيديه لنشوء "وباء

الكمبيوتر " الذي يمكن أن يكون مخيفاً أكثر من أوبئة القرون الوسطى. وهكذا، فلقن المبرمج الفلرونجي إيغور بيليكاكوف يصرح بلفقه أثبت وجود الفيروس القاتل "666" الذي يصل طوله " 666" بايت بالضبط . و أن هذا الفيروس حسب تأكيدات، يظهر على الشاشة خليطاً ملوناً خاصاً يغير حياة المراقب ونشاطه. وأن الاستيعاب اللاوعي للزخارف الم تبدلة يؤدي إلى تغيير عمل القلب الأمر الذي يمكن أن يتسبب بالوفاة.

أما عالم الفضاء والفيزيائي الفلكي الإنكليزي الشهير ستيفان هوكينغ الذي يشغل في جامعة كيمبريدج نفس القسم الذي كان يشغله في القرن السابع عشر السيد إسحاق نيوتن أعلن عام 1995 في أثناء انعقاد ندوة بوستن فقد رأى أن فيروسات الكمبيوتر يجب اعتبارها شكلاً من أشكال الحياة. وبالرغم من أنها لا تمتلك حجماً خاصاً لكنها تستطيع حتماً أن تعدي الكمبيوتر مثلها مثل الفيروسات الطبيعية التي تعدي الأجسام التي تتعرض لها.

ويعتقد بعض علماء الكمبيوتر أن ذلك ليس صحيحاً. "فلفيروسات هي أكثر البرامج غباءً وبساطة، وهذا ما صرح به الخبير المعروف ديمتري لوزينسكي: "إن هذا إنتاج الخبيثين، ناهيك عن أنهم غير مؤهلين. وعندما يبدأ الإنسان لتوه وضع البرنامج، لكنه لا يعرف كيفية طرح المسألة ولا يعرف الحسابات، يبدأ كتابة الفيروسات. وذلك سهل للغاية. نعم وإن الكمبيوتر بشكل عام ما هو إلا أداة وإنه وحده لا يستطيع فعل شيء، إنه ينفذ بغباء ما يؤمر به".

ولقد أحدث قسم خاص بمكافحة الفيروسات في أكاديميات العلوم في البلدان المتطورة. وقد تطرق بعض الأكاديمين إلى أحداث المأساة الفارنجية حيث قالوا: "لقد ناقشنا هذه الحادثة كثيراً وقررنا أن هناك شيئاً ما غير صحيح. ليس التأثير

المباشر للفيروس على الجسم. وهذا الأمر لا يتطلب ذلك. إن الفيروس يستطيع تماماً القتل بطريقة غير مباشرة. تصوروا أنكم تكتبون رسالة (أطروحة)، لقد جمعتم ولسنوات عديدة المعلومات والمواد وفجأة يأكل الفيروس الشرير كل شيء. وإن كان لديكم قلب ضعيف (مريض) فلا بد من حدوث السكتة القلبية. أما الفيروس فيقتلكم وينتقل إلى آخر. والأكثر رعباً فيه قدرته على التكاثر. إضافة إلى التبدل. وغالباً ما يكون كل شكل من أشكاله أو نوع من أنواعه أكثر شراً من سابقه..".

ونشأت فكرة إضافة مادة إلى القانون الجنائي في بعض البلدان تنص على عقوبة شديدة على ارتكاب جريمة صنع برامج فيروسية. وقد اتخذ خلال جلسة المبرمجين في فلورنجا قرار بالتوجه إلى النيابة العامة لروسيا الفيدرالية بطلب "اتخاذ إجراءات أكثر تشدداً وقسوة بحق مصنعي الفيروسات بمساواتهم مع الذين يصنعون الأسلحة بطرق غير مشروعة".

إن خبراء شركة "سوفوس" (مدينة أبينغتون، كونتية أوكسفورد وشير) حسبوا الأذى الذي ألحقته الفيروسات الكمبيوترية في بريطانيا عام 1994 بلغ حوالي 128 مليون جنيه استرليني بما فيها آثار فقدان المعطيات والمعلومات والركود والخسارة والإنفاق على إعادة بناء النظم المتضررة.

ومن الواضح أننا نقف أمام ضرورة قوية لتوحيد التشريعات في مجال وسائل الإعلام الجماهيري على المستوى الدولي.

إن عولمة المجال الإعلامي وشموليته دفعت إلى عداد أولويات الولايات المتحدة الأمريكية الوطنية المشاركة في إحداث ما يسمى بنية تحتية إعلامية شاملة. وبغض النظر عن أن الولايات المتحدة الأمريكية تسيطر عملياً على

السوق الإعلامي الدولي، فلق الاتجاهات الحديثة لتطوير وسائل الاتصال الجماهيري تلزم السير مع الزمن وتحقيق الدور القيادي في مثل ذلك الاتجاه الواعد كاستخدام التكنولوجيا الحديثة في نشر المعلومات.

ويعطى الدور الأساسي في خطط الولايات المتحدة الأمريكية للاتحاد الدولي للاتصالات التلغرافية والشبكة الدولية للإنترنت. وليس مدهشاً أن تجتذب المؤتمرات واللقاءات التي ينظمها هذا الاتحاد دورياً وبانتظام الاهتمام الكبير والمركز من قبل القيادات العليا في الولايات المتحدة الأمريكية. وهكذا، إن نائب الرئيس الأمريكي ألبريت غور ألقى كلمة أمام المشاركين في مؤتمر الاتحاد الدولي للاتصالات في آذار عام 1994 في بونيس أيرس. وفي أيلول من العام نفسه أمام المشاركين في مؤتمر كيوتو، كما وجه تحية إلى المشاركين في مؤتمر الإنترنت في آذار عام 1995 في مينسك.

وقد أشار غور في كلمته أمام المشاركين في مؤتمر كيوتو بخاصة إلى: "إن الجهود المبذولة لإحداث بنية تحتية إعلامية شاملة تعطينا إمكانية الخروج خارج حدود الإيديولوجيا ووضع أماننا هدف إحداث البنية التحتية التي تعود بالفائدة على كل المواطنين في بلداننا. وسوف نستخدم هذه البنية التحتية للمساعدة على التطور الاقتصادي وتطوير الدعاية والصحة والتعليم وبرامج حماية البيئة والديمقراطية.

وفي وضع البنية التحتية الإعلامية الشاملة تلعب الحكومة دوراً لاشك فيه. فإلى جانب إزالتها أو تخفيفها للعوائق المنظمة وبمساعدهتها في مشاركة القطاع الخاص وبتحديدها المصالح الاجتماعية التي لا بد من أخذها بعين الاعتبار بمساعدة تبادل المعلومات واستخدام نشط البنية التحتية الإعلامية الشاملة لأهداف

التعليم والصحة وغيرها من المهام الحكومية، تستطيع الحكومات لعب دور مفتاحي في تطوير البنية التحتية الإعلامية الشاملة بالتعاون مع الصناعة وممثلي القطاع الخاص.

لقد اتخذت في مؤتمر بيونس أيرس خمسة مبادئ للبنية التحتية الإعلامية الشاملة التي تطبق في الواقع من قبل دول المجتمع الدولي هي : الاستثمارات الخاصة، والمنافسة في السوق، وقاعدة حقوقية -معيارية مرنة، والدخول التمييزي والخدمات الشاملة".

أما فيما يتعلق بروسيا، فإنه، كما أشار غور، فيها شركات اتصالات مخصصة تعمل في 86 منطقة. وتعمل أيضاً شركات تصوير مستقلة تقدم خدمات في مجال الاتصالات الهاتفية الدولية ونقل المعلومات. إن ذلك لا يخدم فقط أهداف اجتذاب الاستثمارات ورفع القدرة التنافسية وتحسين الوصول إلى الخدمات الإعلامية الخارجية، لكن يوفر الظروف الحياتية للديمقراطية نفسها ، حرية الاتصالات وتبادل المعلومات.

وإن جاء الحديث عن الإنترنت، فإن الأمر هنا أكثر تعقيداً. فلية شبكة كمبيوتر أو أي كمبيوتر يمكن أن يحصل على ما يسمى بـ IP (بروتوكول الإنترنت)، وعلى العنوان والاتصال بنظامه للإنترنت. شكلاً إن الإنترنت هو عشيرة تدير ذاتها وتم بئ شبكة كمبيوتر هائلة ومتنامية بسرعة مؤلفة من مئات الشبكات الأصغر. وأكثر من مليوني نوع وحتى معطيات وبرامج أخرى مفتوحة للاستعمال.

والأساليب الأكثر انتشاراً في استخدام الشبكة هي:

- الاتصال بوساطة البريد الإلكتروني.

- المشاركة في المؤتمرات والندوات الإلكترونية.
 - البحث عن المعلومات والمعطيات المخزنة في كمبيوترات بعيدة.
 - نسخ النوع من الكمبيوتر البعيد إلى الكمبيوتر المحلي.
 - تنفيذ البرامج في الكمبيوترات البعيدة.
 - تنفيذ البرامج في الكمبيوتر المحلي بمساعدة معطيات الكمبيوتر البعيد.
- إن نظام الإنترنت قد أحدث في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1969 تحت اسم أربانيت (ARPANET) من قبل خبراء وكالة وزارة الدفاع الأمريكية بناءً على المشاريع في مجال البحوث الرائدة (Adronced) Research Project Agency التي وحدت أربعة كمبيوترات معاً في سبيل عرض إمكانية إحداث شبكة كمبيوتر واسعة. وقد وضعت هذه الكمبيوترات في جامعة ولاية يوتا، وفي جامعة ولاية كاليفورنيا في مدينة سانتا باربارا وفي جامعة كاليفورنيا لوس أنجلوس وفي معهد البحوث في ستانفورد. وإن تصميم النظام سمح بتوصيد وضم كمبيوترات إضافية بسهولة، لذلك انضم حتى عام 1972 إلى نظام أربانيت أكثر من خمسين جامعة ومؤسسة بحوث عسكرية. وفي السبعينيات وأوائل الثمانينات أحدثت شبكات أخرى أيضاً حكومية خاصة. وقد أحدثت للخدمة الإعلامية وتوفير المعلومات عن البرامج العسكرية غير السرية شبكة ميلينت (MINET) وضمت إلى أربانيت.
- إن هذه الشبكات المتحدة قد شكلت أساساً لداربانيت (DARPANET) التي مع مرور الزمن أصبحت تسمى إنترنت المأخوذة من الكلمة الإنكليزية (interconnected).

وعن إمكانية استعمال الإنترنت في ماس ميديا والسياحة ن نقل بوضوح الحقيقة الآتية. إبان أحداث آب في موسكو عام 1991 فإن الشبكة الصغيرة للإنترنت التي حملت اسم ريلكوم والتي كانت مرتبطة مع فنلندا ومن خلالها مع العالم كله بدت القناة الأكثر م صداقية للحصول على الأخبار وإرسال الأنباء عن موسكو. وقد وجه المشتركون في ريلكوم الأنباء التي كانت تنشر فيما بعد في الصحف الأجنبية، وتصريحات بوريس يلتسين (التي كان يجلبها الأصدقاء لمصوري ريلكوم) وملاحظاتهم الشخصية فيما يخص تطور الأحداث في موسكو. إن رابطة الإنترنت (Intenet Society) الأمريكية ومجلس بنية الإنترنت (Intenet Architecture Board) والمجموعة المتخصصة بهندسة الإنترنت (Intenet Engineering Task force) المؤلفة من المتطوعين الذين يقيمون مؤتمرات مفتوحة حيث يتم وضع المقاييس العملية وتحمل مختلف القضايا موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية.

وخدمات الإعلان في الإنترنت أرخص بكثير وذات فاعلية أكبر منها في الصحف والمجلات مثلاً:

إن شبكات الكمبيوتر وقواعد المعلومات تصبح واحدة من القنوات الهامة والأهم نشر الأخبار. وتستخدم ليس فقط من قبل الشركات والمؤسسات، بل ومن قبل الأشخاص.

فلستخدام إمكانية البنية التحتية الإعلامية الشاملة قد سمح للبلدان الغربية والولايات المتحدة الأمريكية بالانتقال إلى ما يسمى باقتصاد الشبكات، وعندما يحدث النظام الواسع للخطوط الحديثة للاتصالات يوفر البحث السريع عن الشركاء والمستهلكين والبائعين ويعقد اتفاقات دون وسطاء و يقوم بالحسابات

الإلكترونية وغيرها. أما البنية التحتية الإعلامية الروسية فقد أحدثت في ظروف الأزمة، الأمر الذي غالباً ما كان يجبر على التوجه للمساعدة إلى الرأسمال الأجنبي. وبالنتيجة فلن الرقابة على السيول الإعلامية يمكن أن يصبح في أيدي الأجانب. وهذا الاتجاه والتوجه موجود في موسكو وبطرسبورغ وفي مراكز الخطوط الإعلامية الهامة.

إن الحكومة الأمريكية ودول المفوضية الأوروبية تسعى إلى وضع الشبكة العالمية تحت رقابة الدولة. وقد وضع أشهر علماء هذه البلدان نظرية الإنترنت التي من حيث الجوهر تعتبر مرحلة جديدة من مراحل تطور الإنترنت. واشترك الدول في برنامج الإنترنت سمح للدول التي تسلمت بهذا التوجه بالقيام بقفزة نوعية في تطوير الاقتصاد والعلوم وفي تنفيذ التحديث ذي الأولوية في السياسة الداخلية والخارجية.

والتوجه (الاتجاه) الدارج "العالم ذو القطب الواحد" الذي يجب أن تلعب فيه الولايات المتحدة الأمريكية الدور الرائد وتترجمه يدخل بنجاح تام في الحالة المعاصرة للعمليات الدولية في مجال الاتصالات. فللولايات المتحدة الأمريكية الآن تعتبر الدولة الوحيدة التي تستطيع إملاء شروطها على الدول الأخرى في مجال نشر المعلومات. وليس فقط لأن الولايات المتحدة تنتج الحصة الأساسية من الأخبار فهذه البلد بالذات أخذت لنفسها حقاً مفتاحياً في خطوط الاتصالات، وهي لذاتها التي تسعى جاهدة وبإصرار إلى تطبيق فكرة البنية التحتية الإعلامية الشاملة حيث تنوي السيطرة على نشر المعلومات والأخبار على المستوى الدولي. وبهذه المناسبة تمثل أمام الدول الأخرى بكل ميزاتها مسألة أمنها الإعلامي. إن النظام الإعلامي الجديد الذي حلمت به دول عدم الانحياز في الماضي القريب

أضحى يعتبر غير محقق. ونقل الأنباء خلال الحدود (الاتصال بوساطة الأقمار الصناعية والبث التلفزيوني المباشر وشبكات الكمبيوتر وغيرها) يؤدي عملياً بداية اختصاص الدولة إلى الصفر حتى في داخل مجالها الإعلامي الخاص. وبالفعل، من الصعب منع مشاهدة البرامج التلفزيونية المبنوثة عن طريق الأقمار الصناعية أو منع استعمال الإنترنت.

ومع ذلك فقد تكررت محاولات بعض الدول لبناء "جدار حديدي" من جديد. ويبدو ذلك مبرراً تماماً: لا يجوز ترك تكوين الرأي العام لزاماً على الأجانب. وإن عدم توافق التشريعات الوطنية فيها يتعلق بوسائل الإعلام الجماهيري يمكن أن يؤدي إلى ظواهر مفاجئة. فمثلاً، عند النقل عبر الحدود للمعلومات المطلوبة من قبل موظفي دولة أخرى، يمكن أن يصبح الصحفي أو صاحب الخبر مجرمًا بدون قصد، ذلك لأن ما يسمح في بلد يمكن أن يكون ممنوعاً في بلد آخر. والمطلوب تناغم توافق القوانين والتشريعات الوطنية الخاصة بوسائل الإعلام الجماهيري والأخبار والمعلوماتية.

إن الأمن الإعلامي مفهوم ذو حدود متعددة. إنه يتضمن الأمن الإعلامي للشخصية والمجتمع والدولة والكرة الأرضية بشكل عام. إن الأمن الإعلامي يعتبر أيضاً جزءاً لا يتجزأ من تأمين المعلومات. وعندما نتحدث عن الحق في الحصول على الخبر، فعلى أن نتذكر كذلك الأمن الإعلامي. وللأسف، إن العديد من المسائل وبخاصة مسائل الإنتاج وصنع الخبر ومعالجته وحفظه وتوزيعه ونشره لم تحصل ليس فقط على مشروعيتها القانونية وحسب، بل ولم تتمتع أيضاً بالوصف الدقيق.

إليك مثلاً الإنترنت. هل تعتبر هذه الشبكة عالمية شاملة وسيلة إعلام

جماهيري؟

أجوبة متنوعة في دول مختلفة على هذا السؤال البسيط من الوهلة الأولى. وهكذا، حصلت في الولايات المتحدة الأمريكية محاكمتان نظر فيهما إلى الإنترنت بطرق مختلفة. في الحالة الأولى قررت المحكمة أن شبكة الكمبيوتر غير مسؤولة عن الخبر المنشور، وذلك لأنها من حيث وضعها تعتبر موزعاً للأخبار فقط ولا تراقب مضمونها. وفي الحالة الثانية حملت المحكمة المسؤولية عن نشر الخبر الذي شوه شرف المدعي لأن هذه الشبكة تقوم برقابة جزئية على مضمون الأخبار.

حقيقة، إن الإصدارات وغيرها من وسائل الإعلام الجماهيري في العديد من الدول المنشورة عبر الإنترنت يجب أن تسجل، وذلك لأنها تستخدم طريقة جديدة في التوزيع، لكن إن لم يتطلب بنك المعلومات الاعتباري المليء بالتسجيل هذا. وهل البنك المفتوح للجميع لا ينشر المعلومات؟

إن أهمية الأمن الإعلامي بالنسبة لكل العالم يمكن أن تعرض بوضوح حادثة وثائق البنتاغون السرية. إذ استطاع ثلاثة يافعين من المدينة الكرواتية زادار مهتمون بالكمبيوتر عن طريق الإنترنت قراءة بعض وثائق البنتاغون السرية وكذلك وثائق ناسا الفضائية. أطفال زادار فد أزعجوا المخابرات الأمريكية التي طلبت فوراً المساعدة من الإنترنت ووزارة الداخلية الكرواتية. بالطبع، إن هذه الحادثة ظهرت إلى العلن، وكان من الأمريكيين الإعلان عن أنه في عام 1996 كان حوالي 200 حادثة سطو (قرصنة) على قاعدة معلومات الكمبيوتر في وزارة الدفاع الأمريكية.

إن تحليل 28 حالة دخول غير شرعي إلى "قدس الاقداس" البنّتاغون أظهرت أنه ليس دائماً يمكن تحديد مستهلك المعلومة -إن بعض السارقين لا يتركون وراءهم أية آثار. وهذا يعود إلى الهروب من العقاب. وبالنتيجة يوافق المبرمجون على العمل لحساب أية دولة مقابل أجر جيد. إن الحادثة مع مراقبين في الرابعة عشرة من أعمارهم من مدينة زادار ليست هي الوحيدة. إن الاهتمام بالأمن الإعلامي (أمن المعلومات) يؤدي أحياناً إلى الانعزالية المدركة (عن وعي)، فبعض الشركات تفضل عدم الانضمام إلى الإنترنت خوفاً من قرصنة القرصنة.

ويمكن النظر إلى الأمن الإعلامي من وجهات نظر متعددة ولنقل كأحد جوانب الصراع الإعلامي، ولذلك مسوغاته، ففي الولايات المتحدة الأمريكية أيضاً توجد بنى حرب نفسية وعمليات نفسية. وقد ظهرت فاعليتها إبان النزاعات في غرينادا وبينما وإبان حرب الخليج. ومن ثم غزو العراق. وتلعب وكالات الأنباء دوراً كبيراً في إحداث المجال الإعلامي الشامل. لأن الجملة الأساسية من المعلومات تنشرها الوكالات الدولية وبالدرجة الأولى الأمريكية.

فلسوشيتيد برس - أ.ب. هي أكبر وكالات الأنباء الأمريكية وتتدخل في عداد الوكالات الدولية وقد تأسست عام 1848م ومقرها في نيويورك، وهي اتحاد تعاوني لناشري الصحف ومالكي الإذاعات والمحطات التلفزيونية. وأعضاؤها هم 1700 جريدة و500 إذاعة ومحطة تلفزيونية. يشترك فيها حوالي 8500 مشترك في 121 بلد في العالم.

أ.ب. تغطي نفقاتها من الحسميات المفروضة حسب نظام التعرف الذي يضع كل أعباء البزنس الإعلامي على زبائنه. وتعتبر أ.ب. الوكالة الأكبر والأوثق والأكثر إطلاعا.

إنها تنقل يوميا 20 مليون كلمة أخبار باللغتين الإنكليزية والإسبانية، و1000 توضيح بالصور. وتمتلك ثلاثة اتحادات صحفية كبيرة: "أسوشيتد بريس" إليو سترتيبيد نيوز نوتشيرز" و "وايرفوتوز" و "أوايد أوورلا" التي توزع الصور التوضيحية والمقالات والمنتجات الصحفية الأخرى على عدد كبير من الأجهزة الصحفية في الولايات المتحدة وخارجها.

وهي مزودة بالتكنولوجيا الإلكترونية -الحاسوبية، و يقع الكمبيوتر الرئيسي في نيويورك، ولديها أيضاً نظام حواسيب في لندن لجمع المعلومات ونقلها آلياً عن طريق الأقمار الصناعية وغيرها من قنوات الاتصالات إلى نيويورك. ولنقل الخبر إلى المشتركين الأوروبيين تستخدم الحواسيب الموجودة في فرانكفورت. ولها خدمات اقتصادية وتجارية خاصة بها هي خدمة "أ.ب. دو- جونز" (التي أدخلت عام 1982م إلى سوق الإعلام الأسترالي والإنكليزي والإيطالي والتايلواني وهون كونغ وبدأت تقدم للمشاركين بانتظام المعلومات والأخبار عن الوضع في سوق النفط الدولي)، وأيضاً لها أكبر خدمة تصوير في العالم مع أقسام لها في نيويورك ولندن.

ولتغطية الحملات الانتخابية قد أحدثت خدمة إعلامية خاصة باستخدام

الحواسيب.

أ.ب. تتمثل في الأسواق الإعلامية في كل بلدان العالم تقريباً. وتصل حصتها في الصحافة في عدد من البلدان إلى 75-90%. والمجلس الرئاسي هو مجلس المدعين الذي ينتخب لثلاثة أعوام.

يوناتيد بريس إنترناشونال - يو.بي.إي. (United press International) : الثانية من حيث حجمها في الولايات الأمريكية . تدخل في عداد الوكالات العالمية. وكانت قد أحدثت عام 1907م في حزيران من قبل سكريبس تحت اسم يوناتيد بريس أسوشايشنس. وفي 24 أيار عام 1958م اندمجت مع وكالة انترناشيونال نيوز سيرفيس، التي كانت تعود إلى شركة النشر هريست.

إن يوناتيد بريس أول من باشر بتزويد اتحادات الإذاعات الكبرى بالأخبار، في الثلاثينيات، عمل تحت سقفها ريتشارد هملميز الذي أصبح مديراً للمخابرات المركزية الأمريكية. وفي عام 1936م استخدم مواد يو.بي.إي. بشكل واسع رونالد ريغن الذي كان حينذاك غير معروف وعمل معلقاً في الإذاعة (شو). والذي أصبح فيما بعد رئيساً للولايات المتحدة.

وأصبحت يو.بي في الستينات تتراجع عن منافسيها الدوليين الأساسيين، ذلك لأن شكل "البنس الأسري" قد أصبح قديماً في الولايات المتحدة. وعدا ذلك لعبت دوراً منافساً مع وكالة أ.ب.

يقع مقر يو.بي في واشنطن وعدد من الخدمات في نيويورك وفي ناشفيلي ودلاس. وحتى العام 1982م كانت الرزمة الكبيرة من الأسهم تعود إلى شركة سكريبس واتحاد هريست. ومنذ حزيران عام 1982م إلى "شركة ميديا نيوز" التي أحدثتها مجموعة من مالكي وكالات الأنباء الأمريكية - والمحطات التلفزيونية.

وفي عام 1985م اشترى وكالة يو.بي أصحاب شركة "ميديا نيوز" غير المعروفين دوغلاس روي ووليام غيسلير. وقد أحدث هذا النبأ صدى واسعاً بين الصحفيين. فمن أين جاء هؤلاء الشباب (36-37عام) ووظفوا مبلغاً مقداره 20 مليون دولار "لا يتناسب مع أعمارهم"؟ وفي عام 1985م نفسه في السادس من آذار وعد أصحاب الشركة بنقل 90% من الأسهم لقارضي الشركة (من بينهم كان "نوتهيل كابيتال توربوريستن إكسبرس" و"إلفاتوريال كوميونيكيشين كوباني") مقابل تسديد القروض. لكن في 26 آذار من العام نفسه لم تستطع يو.بي لملمة أوضاعها وقد جمدت أرصدها. ومنذ حزيران عام 1986م تقع ملكية شركة "نيو.يو.بي" التي يرأسها الصحفي المكسيكي الشهير ماريو فاسكيس ران".

وتخدم يوناييتد بريس إنترناشونال 1000 جريدة أمريكية 3600 إذاعة و 550 محطة تلفزيونية في الولايات المتحدة، و 800 صحيفة أجنبية و 300 إذاعة في أكثر من 100 بلد من بلدان العام.

وتبث وتنتقل يوبي يومياً 13 مليون كلمة إخبارية باللغات الإنكليزية والأسبانية والبرتغالية. وبلاشتراك مع وكالة الأنباء الإسبانية أي.فيه (Agencia EFE) أنشأت خدمة راديو عالمية باللغة الأسبانية.

ثم إنها تملك أكبر خدمة تصوير في العالم إضافة إلى خدمات الأخبار الاقتصادية والأخبار الخاصة بشبكات التلفزيون. وهي مزودة جيداً بتكنولوجيا الحواسيب الإلكترونية. ويقع مركز الكمبيوتر الرئيسي في دلاس. وتنفذ عملية نقل الأنباء عن طريق الأقمار الصناعية.

وكالة أنباء الولايات المتحدة الأمريكية - يو.سي.أ (United States Information Agency) : مرتبطة شكلاً بالكونجرس الأمريكي منذ آب عام

1953م. ومنابعها -في خدمات الحرب النفسية ولدراسة فاعلية الدعاية للسياسة الخارجية الأمريكية وجهت في عام 1947م إلى الخارج لجنة من الكونغرس الأمريكي التي حسب نتائج عملها، اتخذ القانون رقم 402 الذي وضع حجر الأساس لإعادة تنظيم الجهاز الدعائي. وفي السابق كانت هناك إدارة الحرب النفسية التي مارست أعمال الدعاية للسياسة الخارجية.

وفي فترة رئاسة هاري ترومان (خطة إعادة التنظيم رقم 8) استبدلت وحلت محلها إدارة تنسيق العمليات التي أصبحت القاعدة بالنسبة لوكالة الأنباء الأمريكية التي أحدثت فيما بعد، وقد اعترف الباحث الأمريكي سورينسين بأن يو.سي.أ. كانت قد ولدت على ظهر موجة الحرب الباردة. وقد حصلت عملية إعادة تنظيم أخرى في فترة رئاسة الرئيس كارتز، عندما تحولت يو.سي.أ. إلى إدارة العلاقات الدولية، في هذا الغرضون نقلت إليها بعض أقسام وزارة الخارجية الأمريكية، أما ميزانيتها فقد تعاظمت بحددة. وقد عاد الرئيس الأمريكي رونالد ريغن لهذه الإدارة الدعائية الخارجية تسميتها السابقة.

تقدم يو.سي.أ. باتصال مباشر ووثيق مع مجلس الأمن القومي خدمة الأخبار الخارجية. وتمتلك في الخارج مقرات إعلامية ومراكز وأقسام للمعلومات. ويتصف عمل كل العاملين فيها بالسرية (بسرعة الخطة في البلاد) وتقع تحت رقابة السفير.

وتصدر يو.سي.أ. عدداً من المجلات باللغات الأجنبية وتوزع أنباء خاصة بالموضوعات وتعد البرامج الإذاعية والتلفزيونية وتوزع الأنباء على شبكات الكمبيوتر وتزود بها وكالات الأخبار.

وكالة رويتر (Reuters):

تدخل في عداد الوكالات الدولية ، وهي الوكالة الإنكليزية الأساسية للأنباء المتخصصة بشكل أساسي بتوزيع الأخبار الأجنبية. أسست عام 1851 في لندن. مؤسسها الألماني بول يوليوس رويتر. وانتقلت الوكالة عام 1941 إلى ملكية عدد من وكالات الأنباء والاتحادات الخاصة التي أعلنت أن وكالة رويتر لا تنتقل بشكل من الأشكال إلى يد واحد منها كان.

وإن أصحاب الأسهم هم : رابطة ناستري للصحف (19 جريدة يومية وأسبوعية، 4.5% من الأسهم)، ووكالة بريس أسوشاشين (ملكية الناشرين حوالي 120 جريدة صغيرة إنكليزية وإيرلندية ، 40.5%) والوكالة الأسترالية أستراليان بريس، والوكالة النيوزيلندية بريس أسوشاشين، والعاملون في وكالة رويتر.

إن وكالة رويتر عملياً هي الوكالة البريطانية الرسمية للأنباء وتزود رويتر بالأنباء الأجنبية أكثر من 15 ألف جريدة ووكالة أنباء وإذاعة وتلفزيون ، وكذلك المؤسسات الحكومية والسفارات في بريطانيا والسفارات في الدول الأخرى التي تبلغ عددها 158 دولة.

وتنقل يومياً خمسة ملايين كلمة إخبارية باللغات الإنكليزية والفرنسية والألمانية والأسبانية- والعربية. وقد أحدث في الوكالة نظام "مونيتور" للأنباء الإلكترونية- لمعالجة نقل الأخبار الألمانية- الاقتصادية للمستهلكين (تصل إلى 15 ألف مشترك في 112 بلد من بلدان العالم). وإن حوالي 90% من الواردات المالية للوكالة تأتي من توزيع الأخبار المالية - الاقتصادية بما فيها عبر شبكة الإنترنت.

وإن رويتر لها أقوى المواقع في الدول الأفريقية والشرق الأوسط حيث لها شبكة منتشرة من المراسلين.

وكالة فرانس بريس : أ.ف.ب (Agence France- Press- AFP)

تعتبر أيضاً واحدة من الوكالات العالمية للأنباء. إنها الشركة التجارية التي تمول في الوقت نفسه من قبل الحكومة الفرنسية. ينفذ التمويل على شكل اشتراكات.

إن العلاقة مع الحكومة تؤكد كذلك تلك الحقيقة التي مفادها أن مدير فرانس بريس السابق عين من قبل مجلس وزراء فرنسا. ومنذ عام 1957 تعتبر هذه العلاقة شكلية، إلا أنه في تشكيلتها الإدارية يدخل ممثلو الأوساط الحكومية. تأسست الوكالة عام 1944 نتيجة لاندماج الوكالة الديغولية التي كانت موجودة أيام الحرب في لندن ووكالة فرانس أفريك التي كان مقرها في أراضي شمال أفريقيا التي كان يسيطر عليها الفرنسيون . وكقاعدة لإنشاء فرانس بريس كانت وكالة غافاز التي بدأت تعمل قبل الحرب والتي منعت عن النشاط بسبب تعاونها في المحتلين الهتلريين .

تقدم وكالة فرانس بريس للمشاركين (الذين بينهم الحكومة والمؤسسات الحكومية في فرنسا ، و 12 ألف جريدة ومجلة ومئات المحطات الإذاعية والتلفزيونية والشركات الصناعية والمؤسسات السياحية وغيرها) الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية والتجارية والمالية.

وتنقل فرانس بريس عن طريق قنوات اتصالاتها أكثر من 600 ألف كلمة إخبارية يومياً بست لغات: الفرنسية والإنكليزية والإسبانية والألمانية والبرتغالية والعربية. والوكالة مجهزة بالكامل بالكمبيوترات وتستخدم الاتصالات عن طريق الأقمار الصناعية. وتتبادل الأخبار مع كل وكالات الأنباء العالمية ولها شبكة

مراسلين في 165 بلد و 110 مكتب في الأراضي الفرنسية. والمكاتب الأوربية الإقليمية موجودة في باريس.

ومنذ حزيران عام 1980 أخذت تعمل خدمة الأخبار التلفزيونية سي.إن.إن العائدة إلى روبرت إدوارد تيرنير وهي الخدمة الأولى في العالم التي تعمل طيلة 24 ساعة. وكما أشار نائب رئيس هذه الشركة ستيف هاورت إن الشاهد على نجاحها، عدا أي شيء آخر، ينحصر في المونيتورات في العديد من مكاتب البيت الأبيض التي تكون مفتوحة دائماً على قناة هذه المحطة. وبرامج أخبار سي.إن.إن تشاهد من قبل رؤساء الدول والحكومات في الكثير من بلدان العالم .

لم يبدأ تيرنير من الفراغ. فمنذ عام 1963 هو الرئيس والمدير العام "شركة-تيرنيرأدفير تايزينغ" التي تحولت نتيجة لتوسيع مجال نشاطها إلى نظام شركات إذاعية وتلفزيونية. وكان أيضاً رئيساً لمجلس المدعيين ورئيساً "لنظم تيرنير بروكاسينغ" (تي.بي.سي.).

ومنذ بداية عمل سي إن إن هذه القناة التلفزيونية استطاعت استقبال فقط 1.7 مليون منزل أمريكي. عندئذ كانت الشركة تتصرف بـ 30 مليون دولار كميزانية سنوية وبعض مئات من الصحفيين الشباب غير المعروفين لأحد. أما الآن فيعمل في سي إن، إن 1700 شخص وأقسامها متوزعة في 27 بلداً في العالم، أما ميزانيتها السنوية فتشكل 130 مليون دولار.

يقع مقر سي إن إن في أطلنطا التي تحولت بفضل ذلك إلى واحد من المراكز الإعلامية العالمية الكبرى. وإن قناة أخبار الفيديو تستقبل من قبل 55

مليون مشترك من المنازل الأمريكية، أما خدمتها الدولية "سي إن إن إنترناشيونال" فتستقبل بمساعدة الأقمار الصناعية في 92 بلداً.

وخلال السنوات الخمس الأولى من قيام الشركة خسرت حوالي 77 مليون دولار. وقد وظفت فيها ما مجموعه 250 مليون، قبل أن تبدأ بتحقيق الأرباح. والآن إن ملكية سي إن إن تقدر بحوالي ملياري دولار وهي عن حق تعتبر الرائدة في إمبراطورية نيرنير الإعلامية.

وإن كل هذا الاحتكار يحقق سنوياً أرباحاً تصل إلى 224.2 مليون دولار 60% منها تأتي من سي إن إن. والشكل الأساسي للريبورتاج الذي أدخل في ممارسة سي إن إن هو عمليات البث المباشر أثناء أحداث السياسية الهامة والمآسي والكوارث. وشعار الشركة هو السرعة والمصداقية.

والمهمة الأهم لـ سي إن إن هي تعزيز مواقعها في السوق العالمي للأنباء وتوسيع مجال تأثيرها. لذلك فقد اندمجت عام 1995 مع مجموعة "تايم-وورنير" الإمبراطورية الإعلامية الأكبر في العالم من حيث ميزانيتها.

إن كل وكالات الأنباء الدولية بما فيها أيتار - تاس تشارك بنشاط في التبادل الإعلامي الدولي وبهذه الدرجة أو تلك تمارس الدعاية للسياسة الخارجية. إن عولمة الإعلام قد ولّد جملة متكاملة من الآثار المتعلقة بتحديث

استراتيجية المجتمع الدولي في مجال التوزيع. وإن كان النظام الإعلامي ونظام الاتصالات الدولي الجديد توقع بعضاً من التصدي من قبل الاحتكارات الإعلامية الدولية في أراضٍ دولة ما فالآن من الصعب جداً تحقيق ذلك تكتيكياً، لأن النقل التلفزيوني يتم بواسطة الأقمار الصناعية إضافة إلى النقل الإذاعي والإنترنت وغيرها من التكنولوجيات الأكثر حداثة بالتأثير الإعلامي على المتلقي بغض

النظر عن بعدهم عن مصدر نشر الخبر. وإن توافق الإعلام الدولي و"المصلحة الإقليمية" يجعل من عمل وسائل الإعلام الجماهيري أكثر فاعلية وتأثيراً من وجهة نظر تكوين الرأي العام والتحكم به.

إن التوسع النشاط للبلدان المتطورة إعلامياً نحو وسائل الإعلام الجماهيري في أوروبا الشرقية والوسطى وجمهوريات الاتحاد السوفييتي السابقة والدول النامية يعمق الهوة بين الدول "الغنية" و"الفقيرة" محدثاً تهديداً حقيقياً لحرية الكلمة وحرية الصحافة.

2- الصحافة والاقتصاد :

بعد "الثورة التجارية" في صحافة الصحف أعوام 1830-1840 أضحت وسائل الإعلام الجماهيري تتحول إلى شركات رأسمالية رابحة، لذلك انسحبت عليها كل قوانين تطور البزنس: المنافسة ومحدودياتها، التمرکز، الاحتكار ومواد القوانين المضادة لتوحيد الشركات، وعولمة الرأسمال وغيرها. إن كل هذا ترك آثاره على التطبيق الصحفي اليومي وعلى نشاط المؤسسات الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام الجماهيري.

وبما أنه بعد "الثورة التجارية" أضحت المداخل الأساسية للدوريات الصحفية تصل من الإعلان، وليس من توزيع أعدادها، فإن صناع الإعلان بدؤوا يعتمدون على تلك الإصدارات التي لها الحد الأقصى من عدد النسخ. وقد تطلب ذلك من الصحفيين تغيير مضمون الإصدارات وشكلها. عدا ذلك، لقد ظهرت مؤسسات خاصة أخذت على عاتقها مهمة الرقابة على التناسب المشار إليه في المعطيات المنفذة للنسخ مع عدد النسخ الفعلي، ونشأت وكالات إعلان متخصصة تضمن للدورية الحجوزات الضرورية لنشر الإعلان.

إن تنظيم أي وسيلة إعلام جماهيري يهدف إلى تحقيق فاعلية عالية- في المجال الاقتصادي - المالي، والمجال الإيديولوجي أيضاً.

فإن نظرنا في الجانب الاقتصادي فقط للمسألة، فلا بد من الإشارة إلى أن هـ في سبيل تحقيق اقتصادية عالية تُبنى إدارة الصحف والمجلات الإذاعية والتلفزيون على تلك المبادئ ذاتها التي تُبنى عليها إدارة الشركات الصناعية. وبين توجهات التطور اللاحق يتم تقسيم سوق الأخبار وتجزئة مجالات التأثير ومحدودية المنافسة وتحقيق التوازن المالي داخل الاتحادات الاحتكارية لو سرائل الإعلام الجماهيري وتوزيع العمل وعقلنة الإنتاج و.. الخ.

فالتجربة المتطورة في هذا المجال تدرس دائماً وتقتبس على المستوى الدولي. وهكذا، منذ أيار عام 1996 وحتى كانون أول عام 1997، فليق وكالة التطور الدولي للولايات المتحدة مع الدعم المالي قد حققت برنامج استشاري (Targeted consulting Team) الذي كانت نتائجه قد لخصت في مؤتمر موسكو الذي عقد من 19-21 تشرين الثاني عام 1997. وبعد انتهاء المؤتمر صدر كتاب بعنوان "كيف تجعل الجريدة مربحة". وأثنى روبرت كوالسون رئيس برنامج بزنس التابع لمعهد الصحافة الوطني على هذا المؤتمر قائلاً: "بعد اطلاعي على مواد المؤتمر وموضوعاته أدركت سر ريعية إصدار الجريدة. إنه الرقابة. إن رؤساء الصحف الإقليمية في الآونة الأخيرة أصبحوا يضعون تحت رقابتهم مختلف قطاعات عملهم، متخلصين بذلك من النفقات غير المنتجة وقد عثروا على مصادر المداخل من أي جهة ممكنة. فمنذ ثلاث إلى أربع سنوات مضت فقط كان الناشرون مرتبطين بالكامل بمؤسسات جانبية فيما يخص العمل الطباعي وتوزيع الجريدة ونشر الإعلان المدفوع فيها. الآن إنها

(المؤسسات) كلها قد أحدثت أقسام إعلان وبرامج ترويج وتسويق والكثير منها أحدثت شبكات خاصة بها للتوزيع، أما البعض الآخر فلستطاع حتى تأسيس مطبعة خاصة به.

إن المداخل الأساسية لأي إصدار مطبوعي في الوقت الراهن تتألف من:

- الواردات المالية من الإعلان.
- الأموال المدفوعة مقابل توزيع النسخ.
- التمويل الحكومي والتسهيلات.
- المشاركة في النشاط التجاري في جميع مجالاته.
- التبرعات ... الخ.

وتشكل الواردات من الإعلان أساس الواردات المالية.

إن أية جريدة وأية مجلة أو تقويم أدبي يخصص مساحة بهذه الدرجة أو تلك للإعلان. فالإعلان بالذات في الوقت الراهن يعتبر المصدر الأساسي لدخل الإصدار. وبناءً على ظروف التوزيع والتقاليد الوطنية والوضع الاقتصادي فليدخل من الإعلان في وسائل الإعلام الجماهيري في دول مختلفة متنوع. وهكذا إنه في إسبانيا يصل إلى حوالي 80% من مجمل الدخل. وفي الولايات المتحدة إلى حوالي 75% وفي فرنسا إلى حوالي 60% فقط.

إن العمل الإعلاني في الإصدارات الغربية منفصل تماماً عن العمل الصحفي. وأقر ذلك من أجل ألا يستطيع المعلن التأثير في الجوهر الإخباري للإصدار. وفي أكثرية البلدان، إن ما يسمى بالإعلان الزاحف ممنوع منعاً باتاً وهو الإعلان المخفي وراء الخبر أو النبأ. وفي كثير من البلدان، يمنع بالقانون،

وفي بعضها، في بريطانيا مثلاً بالعادات والعمليات الفضائية. وكي لا تنشأ الرغبة لدى المحررين في كتابة ما يسمى بالمواضيع حسب الطلب هناك قواعد إدارية يلتزم بها كل المحررين.

إن الجانب الاقتصادي لعمل وسائل الإعلام الجماهيري يحسب حسابه في مرحلة الإعداد لإصدارها. ننظر في ذلك على أساس مثال الصحيفة الأمريكية المعاصرة.

فكل الصحف الناجحة لديها فلسفتها وطبيعتها. إن فلسفة الجريدة يمكن أن تتمثل بأي شيء بدءاً من النظرية السياسية المتكاملة أو الاتجاه حتى اللغة والأسلوب، عندما يظهر الإصدار مثلاً اهتماماً كبيراً بأي نوع من أنواع الظلم وحماية البيئة، وتوصف بعلاقة هزلية ومفاجئة بما يحدث وعدم الثقة الصحيح بالميركانتالية (التجارية). وإن فلسفة الجريدة تؤثر في كل شيء : من أسلوب الجريدة وانتقاء المؤلفين واختيار الموضوعات حتى التصميم والخط واستخدام الصور وغيرها. وفلسفة الصحف الأكثر ريعية تتطور بعد أن تظهر، لكن أية صحيفة يجب أن يكون لديها الفلسفة منذ البداية وإلا ستزول. ولاتكفي الرغبات والأمنيات باستخدام الإمكانيات الاقتصادية أو "ملء الفراغ في السوق" .

إن التوجه واللغة والموضوع والأسلوب المختار يجب أن تتجسد في الحياة من قبل المحرر والأفضل من قبل كل فريق العمل. إن ذلك يعطي معنى للعمل الصحفي ويبرر الاستمرارية للجريدة أفضل بكثير من الأساس التجاري البحث. وفلسفة الإصدار هي ما يمكن أن يتضامن معه القراء.

إن كان في الجريدة عدة أبواب، فليس عليه أن تكون من طراز واحد. في إنكلترا فقط تنشر الصحف المركزية في الوقت الراهن الأبواب الثابتة التالية:

الأخبار، والرياضة، والكتب، والفن، وبرامج التلفزيون، والعمل، وعالم المال والأعمال، والبيئة، ووسائل الإعلام الجماهيري، وقصص الأطفال، والبيت والأسرة، والإعلانات الخاصة، والترحال، والأخبار الدولية، والموضة، ووقت الفراغ، والسيارات.

عندما تكون الخطة جاهزة يصنع ويعد الموكيت (بالمعنى الأمريكي لهذه الكلمة)، حيث تخصص أمكنة للإعلان. وفي هذه اللحظة بالذات تدخل حياة الصحيفة التي أعدت للتو حقيقة قاسية لأن النزاع بين الإعلان والمادة الصحفية أبدي. لكن هناك بعض القواعد التي تسمح بتسوية هذا النزاع الأبدي، بالدرجة الأولى لابد من تحديد العلاقة العامة بين المادة الصحفية والإعلانية مسبقاً. لا توافق ولو صحيفة أمريكية واحدة على علاقة نسبية أقل من 40% مواد صحفية و60% مواد إعلانية، بالرغم من أن الأفضل هي نسبة 50/50. في روسيا ثبت قانون العلاقة العكسية: 60% مواد صحفية و 40% مواد إعلانية.

وما إن يتخذ قرار حول أي الكتل والأبواب سوف يظهر في الصحيفة حتى تحدد نسبة العواميد الإعلانية والصحفية في كل باب مهما كان القياس والحجم.

ويعتبر صحيحاً إن نشر الإعلان في الصفحة الأولى والأخيرة وحتى في الصفحات التي تبدأ بكتلة جديدة وفي الصفحة الثالثة من الهاب، ويحتل الحجم المتفق عليه مسبقاً وله ديكور المتفق عليه أيضاً. وأما ديكور الصفحة الأولى فيتم النظر فيه بشكل خاص، حيث المكان المخصص للإعلان يكون محدوداً ومحدوداً بدقة. وإن حدث العكس فسوف تمتلئ الجريدة بالإعلانات ولن يبقى مكان لنشر المواد الرئيسية.

عند إعداد "الماكيت" لجريدة يحدد الحجم الأقصى للإعلان في أية صفحة من صفحاتها. فبعض صحف الولايات المتحدة الأمريكية تستقبل للنشر الإعلان تاركة "الواجهة" "المكان الأعلى" من الصفحة للمادة الصحفية. وهناك قواعد قطعية للعمل مع أصحاب الإعلانات. وتتلخص هذه القواعد بشكل خاص في التالي:

- عدم قبول الإعلانات من النوع الشاذ .
 - عدم التراجع أبداً عن الاتفاقات الأولية مع أصحاب الإعلانات.
- إن هذه بالطبع، ليست كل القواعد التي تحكم العمل مع أصحاب الإعلانات، لكنها هي الأهم.
- والجريدة تستطيع أن تصدر بأي شكل ومقياس وأن تمتلك أي ديكور وأي حجم.

وبالرغم من أن الجريدة يمكن إصدارها بحجم المجلة وحتى بحجم أصغر من حجم المجلة، فلنأخذ عادة تصدر بنوعين: على شكل لافتة وبمقياس صغير. وهناك مقياس متوسط يكون بين الشكلين المذكورين وهو المقياس المنتشر كثيراً في أوروبا، لكنهم يعتبرونه عادة نوعاً من أنواع الصحافة صغيرة المقياس. والشكل بحد ذاته يتضمن الخبر للقارئ. فبالمقياس الصغير تصدر عادة الصحف الجماهيرية، وبالمقياس الكبير (اللافتة) تصدر الصحف "النوعية".

كانت الصحف في السابق تتألف من باب واحد، أما الآن فهناك تراكيب مختلفة: بابان، ثلاثة أبواب، أربعة أبواب وباب واحد، وجريدة مطبوعة بمقياس كبير مع ملحق بمقياس صغير، وجرائد بمقياس صغير وكبير مع مجلات بأشكال مختلفة.

إن الأبواب يمكن أن تنتشر يومياً، ويمكن أن تصدر في أيام محددة، مثلاً باب الرياضة يصدر كل اثنين، و"الفراغ" كل يوم سبت .

ولا يعود حجم الجريدة إلى حاجات التحرير فقط. فغالباً ما يتحدد بكمية الإعلانات في هذا الباب أو ذاك. إلا أن الأبواب التي تتمتع بالشهرة لدى القراء، لكنها لا تجذب المعلنين (مثال باب الرياضة) تستطيع أن تتوسع على حساب أبواب أخرى.

وهكذا، إن كل ما ذكر أعلاه ما هو إلا جزء ضئيل من أجزاء النجاح وفاعلية نشاط وعمل طريق التحرير. وهو ، عدا ذلك، رمز من رموز الثقافة المهنية للصحفي. وبالعلاقة بالظروف التاريخية المحددة والجغرافية والاجتماعية وغيرها فلي عناصر التأثير يمكن أن تتغير.

لكن الثقافة المهنية في مجال وسائل الإعلام ليست فقط مخزناً للمعايير الأخلاقية والمقاييس والقوالب، بل أيضاً للنفوذ الإبداعي.

إن تعددية جوانب توظيف وسائل الإعلام الجماهيري ومجالاتها تقتض مشاركة الصحفيين في الإبداع الثقافي - الاجتماعي، بالتالي، تلعب دور الموصل الذي جاء الحديث عنه أعلاه. وهناك كل شيء هام: المضمون والشكل والنص والأسلوب واللغة وغيرها الكثير.

وطبيعي أن تتطلب الظروف الاقتصادية الحديثة بنى جديدة للإدارة في أجهزة التحرير.

وللنظر إلى تنظيم جريدة أمريكية نموذجية عدد نسخها 50 ألف. في حال عدد نسخ أقل يمكن لمهام العاملين في الملاك أن تختلط، وفي حال النسخ الأكثر تنشأ مسؤوليات جديدة.

صاحب، مالك الإصدار: هو الشخص الذي وظف أمواله في الجريدة ويرغب في الحصول على الربح لذلك يوظف ناشراً لديه أو يقوم هو بدور الناشر، وفي حال النسخ الأكثر تنشأ مسؤوليات جديدة.

الناشر: هو كبير إداري الإصدار. وهو مسؤول عن كل عمل الجريدة، والأهم عن ريعها. ويمنع الانتغال باللقاءات مع الوسط الاجتماعي وص طيعة التوجهات. ويحق لشخصين فقط الدخول إليه بتقارير عن نشاطاته م. هما رئيس التحرير والمدير العام.

المدير العام: مسؤول عن توفير التكنولوجيا لجهاز التحرير وعن المطبعة وتوزيع الجريدة. ويخضع له: المدير الإداري ومدير التسويق والترويج والمدير المالي ورئيس معالجة الأخبار على الكمبيوتر ومدير الإنتاج. وتخضع له أيضاً المحاسبة والأهم بالنسبة له قسم الإعلان.

رئيس التحرير: مسؤول عن كل محتوى الجريدة، بما فيها الافتتاحية وليس له الحق بالتدخل في شؤون قسم الإعلان، فهو من اختصاص المدير العام.

المحرر-المقيم: يخضع للمدير العام. وهو يعتبر المدير الرئيسي في قسم الأخبار ويتبرق عمله مع المدير العام. وهو أيضاً يخضع للناشر الأمر الذي يؤكد أهمية الأخبار التي تفوق أهمية المقالات. وفي ظروف هذه التركيبة يقل احتمال رأي التحرير في عمود الأخبار. إن المحرر-المقيم (القيم) هو صاحب الأوحد لقسم الأخبار. ويخضع له:

- محرر الأخبار العامة.
- محرر أخبار العاصمة.

- محرر أخبار المناطق.
- محرر أخبار الرياضة.
- محرر أخبار الأعمال.
- المحرر الفني (محرر الصور).
- محرر الصور يوم الأحد.

إن ملاك قسم الأخبار 50 شخصاً. ولكل ألف نسخة، كقاعدة محرر واحد ولكل محرر 2.5 مصوراً.

محرر الافتتاحيات : لا يوجد في كل صحيفة. إن المقالات الافتتاحية عادة تكتب من قبل رئيس التحرير واثنين أو ثلاثة صحفيين (حسب إرشاداته). وتمنع كتابة الافتتاحية على الآخرين.

المحررون-المخرجون : يقومون على تحرير وتصحيح المواد المعدة ويكتبون العناوين لها وغير ذلك.

مساعد المحرر المقيم: يقوم بمهام رئيسة في حال غيابه. وفي الأوقات العادية يقوم بعمل آخر وبخاصة، إعداد الميزان المالي السنوي لقسم الأخبار.

محرر أخبار العاصمة: يخضع له مساعد وسكرتيران يكونون مسؤولين عن المكالمات الهاتفية ويعدون الأضابير ويعدون القصاصات وغيرها.

أمين المكتبة : يخضع للمحرر المقيم (أمين شؤون التحرير) ومدير الأدلاء والفهارس وفهارس البطاقات للمواد وغيرها ويعد الأضابير اللازمة.

الفنان-الرسام : ظهر في ملاك الصحف الأمريكية منذ سنوات فقط الأمر الذي كان مرتبطاً بضرورة الإيضاحات (وسائل الإيضاح) في الكمبيوتر.

المحرر المنظم: مسؤول عن إحداث برامج الكمبيوتر وتدريب العاملين وإظهار الأخطاء والأعطال في شبكة الكمبيوتر ونظامه.

فئات خاصة: من العاملين أحدثت لتكون تابعة للمدير العام ورئيس التحرير. ولقد نشأت منذ فترة قصيرة نسبياً وهي مسؤولة عن رفع مستوى ريع الإصدار.

المحرر: يوجد دائماً في مبنى التحرير ويعالج المواد التي ترسل إليه من المندوبين وينسق عمل المندوبين ويعطي المهام ويكلف بها. ويكون مسؤولاً أمام المحرر-القيم.

وكما نرى فإن الملاك بالنسبة لجريدة أمريكية غير كبيرة نسبياً للغاية. وفي السنتين الأخيرتين يجري في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا الغربية تقليص لملاك المسؤوليات في أجهزة تحرير الصحف والمجلات، وبالدرجة الأولى على حساب دمج الواجبات وإدخال أحدث التكنولوجيات. وإن حللنا ملاك جهاز تحرير صحيفة ألمانية بعدد نسخ 50 ألف نسخة، فيمكن لنا أن نتعرف على تنظيم آخر لعمل الصحفيين.

ففي مثل هكذا جريدة يخضع لرئيس التحرير من ستة إلى سبعة صحفيين يكونون مسؤولين عن عمل أقسام التحرير ويكونون موجدين دائماً في هيئة التحرير ويديرون العاملين بعقود أو المؤقتين. وفي كل ملاك للعاملين يوجد 5 إلى 6 أشخاص يعملون بعقود. وملاك العاملين الخاضعين للمدير العام يضم العدد نفسه الموجود في الجريدة الأمريكية تقريباً.

إن الاقتصاد في المبدعين لا يؤدي إلى النجاح الأمر الذي أظهرته تجربة الصحفيين الفرنسيين. لقد قلصت الجريدة الباريسية "نوتيدين" عدد الصحفيين

مرتين تقريباً في محاولة منها توفير المال والتخلص من الديون. وبالنتيجة ساءت بحدة نوعية المواد الصحفية وانخفض مستوى الفاعلية وأدار القراء ظهورهم إلى الجريدة. وبالطبع تقلصت الواردات من الإعلان.

ويلاحظ في الآونة الأخيرة اتجاه هام إذ أخذت تنتشر في الإصدارات التي كانت تنتشر الإعلانات حصراً مواد إخبارية وتحليلية وصحفية. وطبيعي أن يحدث ذلك في تلك البلدان التي يسمح القانون فيها للإصدارات الإعلامية (صفحات إعلانات مجانية) بمنافسة الإصدارات التي توزع حسب الاشتراك أو بالمفرق.

إن الإعلان يدعم تقليدياً البرامج التلفزيونية المسلية في "برايم تايم" - أعلى زمن للبث المباشر عند المساء. فخلال عام 1990 وصل حجم الإعلانات المسائية في الولايات المتحدة الأمريكية وسطياً إلى 15 دقيقة و 44 ثانية لكل ساعة بث. وتحتل أي بي سي المكان الأول بين شركات الإرسال الأمريكية والتي يخصص لها من زمن الإعلان المسائي في "برايم تايم" حوالي 16 دقيقة و 47 ثانية لكل ساعة إرسال. وإن المسلسل الكوميدي الذي يبث في هذا الوقت وعلى هذه القناة "أمسية رياضية" أضحى البرنامج الأكثر تحملاً بالإعلانات حيث تمثل أشرطة الإعلان خلال ساعة في المتوسط 19 دقيقة و 13 ثانية.

فعرض المشهد الختامي للمسلسل الهجائي "ساينفليد" قد دعم من الإعلان بقيمة شريط واحد مدته ثلاثون ثانية، وفي أثناء عرض هذا المشهد وصلت هذه القيمة إلى مليوني دولار.

إن جعل الصحافة تجارة بما فيها وفي الدرجة الأولى التلفزيون قد أدى إلى أن البرامج الهامة اجتماعياً أضحت تتراجع أمام البرامج المسلية التي تدعمها

الإعلانات في الإرسال التلفزيوني. وإن ذلك ملحوظ بشكل خاص في البرامج التعليمية والأخبار التلفزيونية.

ثم إن انتقال الشركات الوطنية الرائدة في الولايات المتحدة إلى الاحتكارات الضخمة وتطوير التكنولوجيا في مجال الاتصالات وتعزيز المنافسة في السوق الإعلامي، هذه وغيرها من العوامل قد دفعت العديد من الخبراء إلى طرح مسألة مستقبل الأخبار التلفزيونية ودور التلفزيون في حياة المجتمع الأمريكي وطبيعة إرساله. وكانت جريدة "كرستشين ساينس موبيتور" قد نظرت بجدية في سلسلة مقالات نشرت بدءاً من الثلاثين من تشرين الثاني حتى الثالث من كانون أول عام 1987 بهذه القضية. وكما أشارت الجريدة، فمنذ عام 1980 تواجه برامج أخبار التلفزيون أزمة حقيقية منذ ذلك الوقت الذي دخلت فيه الصحافة عصر الفيديو. وأضحى واضحاً أن برامج أخبار التلفزيون يجب إعادة النظر فيها جذرياً كما يجب أن تعيد هي تصوراتها عن الأهداف والمهام وحتى عن أساليب تقديم الأخبار في سبيل الحفاظ على مواقعها كمصدر أول للأخبار الاجتماعية.

وعلى أساس سياسة رفع الرقابة الحكومية فقد قضى على العديد من محظورات اللجنة الفيدرالية للاتصالات الأمر الذي حرر إلى درجة كبيرة محطات التلفزيون من ضرورة توفير برامج خدمات الأوساط الاجتماعية. وبما أنه تم في رئاسة الشركات التلفزيونية الوطنية الأمريكية تعيين رجال أعمال حازمين مستعدين للتسريحات ويقتدون بمبادئ تحصيل الأرباح فقد أضحت الأخبار التلفزيونية أيضاً ينظر إليها كأسلوب لتحصيل أرباح إضافية. وإن الميزانيات السنوية لبرامج أخبار التلفزيون تتزايد باستمرار. وهكذا، فلن ميزانيات برامج أخ بيلو "سي بي إس نيوز" كانت في الخمسينات تتأرجح دون المليون دولار، وفي العام 1978 شكلت 85

مليون دولار أما في عام 1986 فوصلت إلى 300 مليون دولار. وإن ميزانيات أخبار التلفزيون التي وصلت إلى 200-300 مليون دولار لدى كل شركة تلفزيونية وطنية لم تعد تتناسب مع المداخل من البرامج. إضافة إلى ذلك فإن المجلة الإخبارية " 60 دقيقة" بدت بالنسبة لسي بي إس مريحة للغاية حيث عادت على سي بي إس بأرباح وصلت من 70 إلى 100 مليون دولار في العام وبإشغالها سعت كل شركات التلفزيون الوطنية إلى توسيع البرامج "المسلية" الإخبارية. وإن رؤساء بعض الاعتمادات الاحتكارية أخذت تحت رقابتها في عامي 1986-1987 توماس ميرني في "كابيتل سيتز" (أي سي بي)، وروبرت رايت في "جينرال إلكتريك" (إن بي سي) ولورينس تيش في سي بي إس وهؤلاء قد أعطوا تصوراً بأنهم يعدون أخبار بزنس- الشركة التي عليها أن تتابع النتائج المالية لنشاطها.

ومن حيث الجوهر، ومنذ فجر تاريخ تطور التلفزيون ، اعتيد أن تعتبر الأخبار التلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية واجباً اجتماعياً مقدساً للشركة. وأضحت شروط الترخيصات وتلك القواعد الصادرة عن اللجنة الفيدرالية للاتصالات مثلها مثل "مذهب العدالة" الملغى حالياً مطلوبة كي تقدم المحطات الإثباتات الموثقة لتوازن عرض البرامج التي تخدم مصالح المجتمع. ويجب عليها أن تحقق الربح عن طريق البرامج المسلية.

إن نفقات الشركات التلفزيونية قد زمت جزئياً بسبب الصراع التنافسي في سبيل مقدمي البرامج الجذابين الذين رفعوا الأجور بشكل باهظ وأنا رايزر حوالي 2.5 مليون دولار، وتوم وكاو حتى 1.5 مليون دولار وباربارا أويتيريز حتى 1.3 مليون دولار في الثمانينيات. لكن هذا ليس السقف. إن عقد مقدم البرامج الشهير

لاري كينغ بلغ في عام 2000 خمسة ملايين دولار في السنة. وباربارا أويلترز مقدمة أكثر البرامج التلفزيونية شهرة " 20/20" وقعت عام 2000 عقداً لخمس سنوات مع شركة أي بي سي بمبلغ 12 مليون دولار في السنة، وبذلك أصبحت أعلى صحفية تلفزيونية في العالم.

ولكن ليس كل البرامج الإخبارية أصبحت خاسرة. فبرنامج "60 دقيقة" يدر على سي بي إس ما يقارب ثلث المبلغ الذي تنفقه الشركة على كل برامجها الإخبارية. والعديد من المراقبين، ومنهم الرئيس السابق لـ "سي بي إس نيوز" ريتشارد سايلينت يؤكدون أن نجاح برنامج "60 دقيقة" قد أثر على علاقة الرئاسة الإخبارية. إن "60 دقيقة"، يقول سايلينت، "أثبتت للشركات التلفزيونية أن الأخبار يمكن أن تحقق الأرباح". كما أن برنامجي "توداي شو" (إن بي سي) و"نايت لاين" (إي بي سي) يحققان أرباحاً أيضاً.

إن رؤساء أقسام الأخبار في الشركات التلفزيونية موافقون على أن الملاكات المتنامية في الأعوام الأخيرة مضخمة كثيراً. وإن أي بي سي قد قلصت ملاكها في قسم الأخبار الذي يعد 1470 شخص إلى مئتي شخص منذ ذلك الحين الذي امتلكتها فيه شركة "كابيتل سيتي"، أما سي بي إس فقامت بـالتخفيض نفسها بقوياً بعد أن أصبح تيش رئيساً لها.

وصرح الرئيس السابق لشركة سي بي إس فرانك ستينتون قائلاً : "منذ أن خفضت اللجنة الفيدرالية للاتصالات التركيز على موازنة البرامج ومنذ إلغاء الرقابة الحكومية سمح للمحطات المحلية بوضع البرامج المسلية في المقدمة وليس الشؤون الاجتماعية، والتغير يحدث لأن المسرح فرغ من أولئك الأشخاص الذين

كانوا في البداية أوفياء لقضية التلفزيون وحل محلهم أناس هدفهم الربح ، وبشكل أساسي أناس من بيئة إدارة التسويق والشركات التجارية".

ما هو إذاً مستقبل أخبار الشركات التلفزيونية الوطنية؟ إن أكثرية الخبراء

يتنبؤون بأن العدد الكلي لمشاهدي التلفزيون سوف يستمر بالانخفاض لأن مشاهدي التلفزيون يسعون لاستخدام الإمكانيات الجديدة لمعرفة الأخبار. لاسيما أن الميزانيات المحدودة لأخبار التلفزيون سوف تنقلص أكثر. وسيظهر لدى 50 مليون أمريكي يشاهدون كل مساء البرامج الإخبارية على محطات التلفزيون التابعة للشركات الوطنية بدائل أكثر وأكثر:

- تتوسع برامج أخبار محطات التلفزيون المحلية. وتضفي المحطات في جميع أنحاء البلاد أكثر فأكثر أخباراً وطنية دولية إلى الأنباء المحلية.
- إن الاتصالات عن طريق القمر الصناعي "كوناس" تكتسب أهمية كبيرة.
- إن الأقمار الصناعية للبث المباشر تسمح للمشاهدين بل استقبال برامج الأخبار من جميع أنحاء العالم بوساطة الصحن الهوائية المنصوبة على سطوح منازلهم.
- إن للبرامج الإخبارية المحتكرة المتحدة آفاً قلاً واعدة. "أندبيندنت نيتورك" بدأ يقترح خدمة إعلامية كاملة للعديد من المحطات.
- البث المتواصل للأخبار بوساطة التلفزيون السلكي يوفر الخدمة التي لا يمكن أن تقدمها الشركات التلفزيونية الوطنية.

إن القناة السلوكية "سي -سبان" مثلاً تغطي جلسات الكونغرس والاستماع إضافة إلى أحداث سياسية أخرى. أما "كابل نيوز نيتورك" (سي إن إن) العاملة 24 ساعة فتبقى على الأثير عادة طيلة فترة تغطية الحدث.

والبديل الآخر هو برنامج "ساعة أخبار ماكنيل ديري" بابليك يرو دكاستينغ سيرفيس" (بي بي إس) التي تغطي ليس فقط الأخبار الهامة، بل وتحلل الأحداث الهامة بعمق أكثر بكثير من الشركات التلفزيونية الوطنية. حتى الآن لم تستطع (بي بي إس) جمع الأموال للقيام بالمنافسة بنجاح في مجال إنتاج البرامج الوثائقية وحصلت على جوائز "إيمي" لقاء البرامج الإعلامية أكثر من أية شركة تلفزيونية تجارية.

إن العديد من الناس المطلعين يفكرون بتكييف برنامج الأخبار مع مصالح الجماهير التخصصية. والأكثرية تعترف بأن المسألة الرئيسية حسب تعبير رئيس "أي بي سي نيوز" رون إيرليدج، تنحصر في عدد الأخبار التي يمتلكها الناس عندما يشاهدون محطاتنا". ويقول جون تشانسيليز المعلق في الأخبار المسائية في محطة سي بي إس: "لا يجوز محاولة جعل برامج الأخبار للجميع، بل يجب الأخذ بالحسبان أن الناس يعرفون العناصر الأساسية للأخبار. وأن البرنامج الإخباري المسائي يجب أن يوضح هذه الأخبار ويعلق عليها ويحللها". ويقول بيل موليرز المعلق السابق على الأخبار المسائية في سي بي إس "عندما يحضر الناس إلى البيت لا تع ود العناوين ضرورية لهم. إنهم بحاجة للتوغل في جوهر الأحداث وللتحليل والتعليق والتفسير والتوضيح-النزيه والمتزن والمتوازن، لكنه الصحفي.. فمحطة "سي بي إس نيوز" هوت ببطء بعد أن انفصلت عن الواقع.. ونسبة الـ 5-10% من المشاهدين الذين أصبحوا يعتمدون في الحصول على

الأنباء الهامة على "سي بي إس نيوز" كانت قد خابت آمالهم بعد أن وجدوا أن وقتهم الثمين يضيع في الفراغ على الأخبار غير الضرورية أو الممتعة التي كان يمكن أن يحصلوا عليها من خلال برنامج "التسالي المسائية".

إن إحدى الأفكار التي تناقش في الشركات التلفزيونية تنحصر في إطالة فترة برنامج الأخبار المسائية. ويدعمها بخاصة مويرز ورتيس شركة "سي بي إس نيوز" هوفارد ستيرنفيير مذيع سي بي إس دان رازير. "أريد أن أحاول تقديم البرنامج الإخباري الذي يستمر ساعة كاملة في التاسعة مساءً". و رئيس "إن بي سي نيوز" لورانس غروسمان أراد أن يرى "التمازج لمدة 90 دقيقة، ثلاثة أرباع الساعة أخبار محلية، يليها ثلاثة أرباع الساعة أخبار وطنية". والمصدر الآخر للأنباء من الأمكنة التي لا علاقة لها بالشركات التلفزيونية الوطنية هي "كونيس" التي يعتبر نائب رئيسها شينلي هاربارد التعاون في جمع الأخبار هو الإجابة على انخفاض مستوى الاهتمام بالبرامج المسائية الوطنية. إن "كونيس" التي أحدثت عام 1984 تستخدم أحدث تكنولوجيا الأقمار الصناعية لتقديم الأنباء الإخبارية المتألقة جزئياً من أنباء المحطات الأعضاء، وتوزع البرامج على القنوات الفضائية وتبث العديد من المواد المباشرة والمسجلة على أشرطة، وهي مواد إخبارية متخصصة. يقول هاربارد: "إن برامج أخبار الشركات التلفزيونية الوطنية الآن تغطي بجدية ثلاثة إلى أربعة أحداث، في الوقت الذي كانت تغطي فيه حوالي 9 مواضيع منذ عدة سنوات. إننا نترك العديد من الأخبار الهامة للمحطات المحلية. ونتقاسم مواردنا كي نقدم أخبارنا بصورة أفضل". إن مهمة "كونيس" الوحيدة تنحصر في التزويد بالمواد التي تريدها المحطات المحلية. لا يوجد لدينا مخرج إلى الأخير. إننا ببساطة نبيع البرامج، وهم يعرضونها على موجاتهم". وخلال

مناقشات مراسلي جريدة "كريشين ساينس موتورز" مع الخبراء الرئيسيين بالأخبار التلفزيونية فإن اثنين من أكثر المنظرين في وسائل الإعلام الجماهيري احتراماً - بيل موبيرز وتيد كوبيل وفقاً بحزم ضد - حسب اعتقادهم - نواقص هذه الوسيلة للإعلام الجماهيري. "هكذا ستستخدم موجات إذاعة بلدنا فقط في سبيل شغلنا وصرف اهتماماتنا؟ سأل موبيرز الذي يسمونه "ضمير التلفزيون الأمريكي" أما موجات الراديو التي تعتبر ملكيتنا الجماعية فسوف تستخدم في تطلعنا وتنورنا وتوحدنا؟ أهكذا نبقى جالسين في بيوتنا هازئين من الأوضاع الكوميدية سامحين لهم بصرف اهتماماتنا عن الأشياء التي نلثمنا كمجتمع حضاري؟".

إن التحام البزنس الإعلامي مع الرأسمال الصناعي -المالي يعتبر واحداً من التوجهات الدولية في تطوير الصحافة. وهذه الظاهرة تشاهد عملياً في جميع بلدان العالم بما فيها البلدان العربية. إن تجربة أقرر بلد في المجال الإعلامي - الولايات المتحدة الأمريكية- قد تم تحليلها وعممت على شكل رسالة علمية من قبل أندروناس تحت عنوان "الصفوة الإعلامية : الاتحادات وسوق الأخبار".

ويطرح المؤلف السؤال: هل المسافة كبيرة بين هيرست وميردوك؟ ويجيب هو نفسه على السؤال: "من حيث الزمن ليست كبيرة، لقد كان بإمكانهما الالتقاء، فالأسترالي بعد عام على وفاة هيرست ورث دار نشر ولده. إن العديد من صحف ميرودك في مختلف القارات هي مفاجآت وفضائح، كما كانت صحف هيرست في حينها. فللأثنان خرجا من عائلات ميسورة والاثان حصلا على أول الصحف عن أبيهما، والاثان سعيا لتحصيل المال والسلطة وحققا ذلك. والمسافة بين هيرست وميرودك بدت غير بعيدة، وفي الوقت نفسه بعيدة جداً. إنهما شخصان من

عصور مختلفة: الأول ينتمي إلى عصر الثورة الصناعية، والثاني يمكن أن يكون كناية عن عصر الإعلام.

إن هيرست مع كل طموحاته لم يفكر أبداً بإحداث إمبراطورية إعلامية، واهتمامه بالأحداث خارج الولايات المتحدة الأمريكية كان لدوافع سياسته أو على الأغلب لدوافع تجارية بحتة. أما ميردوك فكان يسعى لإنشاء النظام الإعلامي العالمي الذي أضحت ملامحه ملموسة بوضوح والعديد من عناصره تعمل بنجاح. بالطبع، إن ميردوك الوحيد في السوق العالمي لوسائل الإعلام، لكن من دون شك إنه هو بالذات زعيم المجتمع الدعائي الإعلامي عبر القارات.

ويخرج المؤلف باستنتاجات هامة. فبالنسبة للاحتكارات الإعلامية الأقدر والأكبر لا توجد في الحقيقة حدود. هذا، بالطبع، ليست فقط شركة ميردوك، بل وشركات "تايم -أورنير" و "غانيت" والشبكات التلفزيونية الكبرى واتحادات أخرى. وتشير أندروناس: "في هذه الأثناء مرة أخرى يطرح السؤال نفسه عن الموازنة، إلا أنه الآن على المستوى الدولي. بالطبع إنه بحد ذاته ليس جديداً لأن تسلط البرامج الأمريكية وسيطرتها على شاشات التلفزيون في العالم يشكل معضلة تناقش منذ سنوات عديدة. لكن إنشاء نظم إعلامية عالمية يعطي هذه المعضلة حدة جديدة. الاحتكارات أو الموازنة؟ فإن اسقطنا تجربة الولايات المتحدة على القرية العالمية" فسكون الإجابة بعيدة كل البعد عن التفاؤل.

واليك ملاحظة هامة أخرى ليست بعيدة أبداً عن الشك. "تتعرض الاحتكارات الدعائية عبر القارات إلى انتقادات عادلة بسبب أنها تركز في أيديها السيطرة غير المسبوقة على السوق الإعلامي العالمي واطعة الحواجز أمام الشركات الأخرى للوصول إليه وهي الشركات غير ال غنية والكبرى. وبالرغبة في

الإشارة إلى القدرة المالية للاحتكارات الدولية الكبرى يقارنون مواردها بموارد دول بكاملها. إن اتحادات وسائل الإعلام الجماهيري لا تشكل في هذا المعنى أي استثناء. فمثلاً، إن "تايم -أورنير" التي أحدثت نتيجة للاندماج تقدر بـ 18 مليار دولار وهو مبلغ يزيد على الدخل القومي في إيرلندا وبوليفيا ونيكارغوا وألبانيا ولاووس وليبيريا ومالي مجتمعة.

لكن مع الاتفاق مع نقد الاحتكارات عبر القارات لا يجوز عدم التطرق أيضاً إلى الدور التقدمي الكبير الذي تلعبه وبغض النظر عن كل النواقص إنها تستطيع ويجب عليها لعب هذا الدور في تكوين مجتمع بشري موحد بتغلبها على الحواجز بين الدول والشعوب وبتدميرها القوالب الجاهزة والرواسب. إن التركيبة العالمية لوسائل الإعلام الجماهيري بالذات، إضافة إلى التكامل الاقتصادي يجب أن تصبح أساساً وقاعدة لعالم مترابط ومتكاتف.

ونستمر على فكرة أندروساس بعودتنا إلى هيرست وميرودك. إن أناساً معينين يرأسون التراكيب الدولية لوسائل الإعلام الجماهيري وهم بالذات سوف يفرضون على مليارات البشر أفكارهم في "عالم مترابط ومتكاتف" الأمر الذي يسمح بالخروج باستنتاج آخر بعد أخذ ممثلي الصفوة الإعلامية بعين الاعتبار. إن الموازنة تبقى حلاً غير محقق. والقضية ليست محصورة في أشخاص إنما في الملاءمة الاقتصادية التي تدفع إلى توجهات واحتكارات أخرى.

وبما أن وسائل الإعلام الجماهيري قد أدخلت في النظام الاقتصادي -المالي الجاري لهذا البلد أو ذلك، أنها مهمة للاستقرار وتطوير هذا النظام الأمر الذي غالباً ما يظهر في مضامين المواضيع المنشورة أو المذاعة. ففي العديد من بلدان الغرب، مثلاً، غالباً ما تنتشر مواضيع تحمل انتقادات لأعمال السلطة لكن

من المستحيل عملياً مصادفة منشورات تنتقد مؤسسة الملكية الخاصة أساس أسس النظم الاجتماعية والاقتصادية المالية في الغرب.

إن كبريات الاتحادات الاحتكارية حتى تلك التي رأسمالها يقع بعيداً عن الإعلام تدعم وتقيم علاقات وثيقة مع ماس ميديا. وعلى سبيل المثال نذكر ثلاثة اتحادات احتكارية كبرى لصناعة السيارات. "الإعلان محرك التجارة"، لقد استوعبنا هذه الحقيقة منذ نعومة أظفارها. وبدلاً أنه لم نكتشف أي شيء غير عادي، إن انغمسنا في العلاقات المتبادلة بين رجال الأعمال والصحافة. لكن مع ذلك يمكن إيجاد أي شيء جديد في أمر عادي للغاية.

فموضوع "فورد والصحافة" لا ينضب. إن الأمر هنا ينحصر في أن علاقاتهما لم تتوقف إطلاقاً عند الإعلان فقط. فمثلاً، عندما رأت شارلوتا فورد، ابنة ملك السيارات الأعظم هنري فورد الثاني لأول مرة النور، في ديترويت، عاصمة السيارات الأمريكية، أقيمت أمسية عائلية كبيرة. وكما أحصى مراسل مجلة "تايم" الخاص، لقد أكل الضيوف المدعوون البالغ عددهم 1270 شخصاً 5000 لفافة و 2160 بيضة و 100 فونت من اللحم وشربوا 500 زجاجة "كيفيودم بيرين" إنتاج عام 1949 و 720 زجاجة ويسكي واستخدم لتزيين المبنى 2 مليون ورقة من شجر الهاغنوليا. وانفق على هذه الأمسية الأب المحب للسحر 250 ألف دولار.

وإن اهتمام الصحافة بأسرة فورد لم يسبق له مثيل. إن السيارة بالنسبة لهذا الأمريكي تكاد أن تكون فرداً من أفراد أسرته. لهذا السبب تنتقل الأساطير والخرافات عن مؤسس سلالة ملوك السيارات من مجلة إلى مجلة ومن جريدة إلى جريدة.

إن مؤسس أكثر المجالات في العالم قراءة وانتشاراً "ريبرز دايجيت" دي فيت أدليس يعتقد أنه من المهام تعريف القراء بصورة واسعة بسيرة حياة فورد، لأن فيها تتجسد نماذج الأحلام الأمريكية. وقد اقترنت في شخص هنري فورد العبقريّة، عبقريّة المصمم مع انقضااض الذئب في شخص رجل الأعمال مع الاستعداد للمغامرة ومع القدرات التنظيمية الرائدة والاهتمام بالمعايير الأخلاقية والدهاء السياسي.

ولقد عمل كل من دايملر وبينس وباكارد وفيليس والكثير غيرهم في مجال صناعة السيارات، لكن هنري فورد، كان أحد الأوائل في سباق السيارات إذ سبق الكل. وقد رأت أول سيارة فورد النور عام 1892، لكن الشركتين اللتين أسسهما لصناعة سيارات السباق قد زالتا من الوجود. وفي عام 1903 اقترض من أحد معارفه 28 ألف دولار، واشترى المعدات وأخذ يصنع السيارات المخصصة لغير الأغنياء. وكتب في الإعلان: "إن السيارة تقوم بعمل ثلاثة أحصنة والخطر الدائم يخيم فوق رؤوسكم بسبب أن حصاننا سوف يموت، في حين أن السيارة يمكن إصلاحها دائماً".

والفضل في صناعة سيارة رخيصة الثمن يعود إلى فورد، وبدون ولائه المتعصب للقضية وسعيه نحو صناعة سيارة رخيصة، كانت السيارة ثمينة للأغنياء. وفي عام 1908 صممت السيارة "موديل T" - السيارة جيدة جداً حتى حسب المقاييس الراهنة. لقد كانت تستطيع السير في أكثر الطرق الزراعية وعرة إذ تقفز كالظبي في الوعر. وكان من الممكن تحويلها للسير إلى الوراء وهي تسير إلى الأمام..

ومن بين أول مبتاعي "الفوردات" كان الغانغستر جون ديلينجير الذي ذاع صيته في جميع أنحاء أمريكا. وقد قام بفضل هذه السيارة بالهجوم على البنوك وبها كان يختفي عن أنظار الشرطة. وأرسل إلى فورد الرسالة التالية: "لدي رغبة بلقائك. إن سيارتك مذهشة بكل بساطة. إن قيادة مثل هذه السيارة متعة. إنني أشكرك لأنني أستطيع أن أجعل كل من يلاحقني يبتلع الغبار المتصاعد وراء سيارة فورد وحظاً سعيداً". ولقد نشر فورد فوراً الرسالة المؤثرة هذه في كل الصحف - إعلان إضافي لا يضر!

ولقد لعب دوراً كبيراً في نجاح فورد التنظيم الجديد للعمل الذي افترض تقسيم العمليات والخطوط وغيرها الكثير. وأضحى مصنع فورد بالنسبة للكثيرين شبيهاً بالسجن المليء بالضجيج. وقد حل فورد هذه المعضلة برفعه سقف الأجور إلى خمس دولارات في اليوم. وقد أعلن عن هذه الفكرة معتبراً إياها عملاً إنسانياً. لكن في واقع الأمر إن ذلك كان خداعاً عادياً، إلا أن الصناعيين الآخرين كانوا مستائين كثيراً. وأطلقوا على فورد تهمة اشتراكي وراديكالي..

وعن عدم مبدئية هنري فورد تتحدث حقيقة أنه قاد صراعاً مع مركز امتيازات سيلدين (جمعية شركات صناعة السيارات). وبالنتيجة اتخذت المحكمة العليا قراراً بأن الامتيازات، بالرغم من أنها تعمل.. لا تنطبق على السيارات الأمريكية. وقد تعرضت جمعية شركات صناعة السيارات إلى الفشل. واستطاع فورد التطور دون أية عوائق.

وكان هنري فورد يستخدم باستمرار وبفاعلية الصحافة لخدمة أهدافه. وكان ينشر أفكاره وقناعاته بشكل واسع عن طريق جريدة "إندبيندنت" التي كان يصدرها في ديربورن بعدد نسخ وصل في وقت من الأوقات إلى 700 ألف نسخة. ومثل

هنا أمام القراء الأمريكيين كعدو للسامية وكنصير لهتلر. وفي عام 1938 حصل حتى على "الصليب الحديدي" الأمر الذي عد هأحد إنجازاته الرفيعة في حياته. وعندما توفي هنري فورد الأول عام 1947 أضحي يعتبر مواطناً عظيماً في وطنه. وهكذا قد ساعد الصداقة مع الصحافة حتى بعد وفاته.

وترأس الشركة عام 1945، قبل وفاة العجوز بقليل حفيد الرأسمالي الكبير هنري الثاني.

وتابع أصحاب الشركة الجدد الصداقة المفيدة مع الصحفيين. وكان صندوق فورد الذي أسس يعتبر لفترة طويلة الممول الدائم لكل محطات التلفزيون والإذاعة غير التجارية، الأمر الذي سمح له بالدخول في عداد المؤسسات الهاوية الأكثر شهرة.

إن هذه الشركة المتحدة تعيش في الوقت الحاضر زمناً صعباً. وهكذا إن وكالة "ريانوفوسني" قد أعلنت في الحادي عشر من أيلول عام 2002 عن نيتها تخفيض عدد العاملين بـ 35 ألف شخص و220 ألف من أمكنة المعمل المخفضة سيصل إلى المصانع الموجودة في أمريكا الشمالية، و 13 ألف إلى مصانع "فورد" في الخارج وبالدرجة الأولى المصانع الموجودة في كندا. وقد صرح رئيس الشركة ويليام كلايفورد خلال مؤتمر صحفي أنه لا يعرف حتى الآن في أية فترة سوف يجري التخفيض لأماكن العمل. وشرح أن ضرورة التخفيض كانت بسبب الحاجة لإعادة بناء صناعة السيارات الأمر الذي سيستفيد منه في المستقبل كل الإنتاج. وقد اتخذ القرار في أطر برنامج إعادة البناء الجذري للإنتاج من قبل الرئاسة حول سحب أربعة موديلات من سيارات "فورد" من الخطوط (خطوط الإنتاج) .

ووعدت رئاسة الشركة القيام بكل ما بوسعها لكي يحدث تقليص عدد العمال ليس على شكل تسريح مباشر، بل عن طريق إحالة العاملين إلى التقاعد المبكر. وفي كل أزمان وجود مصانع فورد كان الاهتمام الخاص مركزاً ولا يزال على الإعلان. وكما يشير الخبراء فإن عدم معرفة المبادئ الأساسية للتخطيط للنشاط الإعلاني من قبل الناس المسؤولين عن تطبيقه وتنفيذه في السوق يعتبر السبب الأساسي للتحرك البطيء في سوق السلع والخدمات والأفكار. وتستخدم في شركة فورد كل الوسائل والطرق عملياً في سبيل إيصال الخبر الضروري إلى المستهلك. إن ذلك يتم عن طريق نشر الإعلانات في الصحافة الدورية وعن طريق إصدار مواد إعلانية خاصة وتوزيعها وبوساطة استخدام وسائل الإرسال وقيام معارض ثابتة ومتحركة، وعن طريق استخدام الإعلان في السينما. عدا ذلك تستخدم الإعلانات الخارجية بنشاط بما فيها الإعلانات على وسائل النقل. وفي أمكنة البيع توضع إشارات وعلامات ولوحات وغيرها. وأحد أنواع الإعلانات التي لا غنى عنها هو تقديم الهدايا والسوفينير الأمر الذي يذكر لمدة طويلة مستلميها ومعارفه الكثيرين. وباختصار إن هذا الأمر جدي ويتطلب نفقات كبيرة. وعادة لا يخلون على الإعلان. ومع ذلك فإن النفقات عليه يدفعها المشتري...

والآن إن الشركة تحقق منافع كثيرة بمساعدة الصحافة. في تنظيم الإنتاج مثلاً. فتصدر في مصانع فورد للسيارات مجموعة من إصدار كالمجلات والصحف وتعتبر "فورد دوركير" واحدة من الصحف عديدة النسخ كما يعتبرها أكثر المتخصصين تسيماً. وتصدر نشرة للإداريين خاصة بالعلاقة المتبادلة مع العمال، وتقوم المجلات بدور حلقة الربط بالنسبة لإداريي الحلقة الوسطى في

جميع مصانع الشركة ، وترسل للعاملين إلى المنازل رسائل الإدارة الخاصة بالمسائل الحيوية.

وفي ظروف المنافسة القاسية مع شركات أمريكية أخرى. ودخول السوق الأمريكي من قبل شركات السيارات اليابانية يعير رؤساء شركة "فورد موتة" ومشاريعها الفرعية الإذاعة والتلفزيون اهتماماً خاصاً. إن أخذنا بعين الاعتبار أن 179 مليون جهاز راديو موجود في سيارات الأمريكيين، فتصبح واضحة النفقات "الخيرية" لصندوق فورد لدعم المحطات الإذاعية والتلفزيونية غير التجارية. إن رجال الأعمال الأمريكيين لا ينفقون أموالهم في الفراغ. إنهم يعرفون جيداً أن هتحي الصحافة التي لا تجلب مداخيل مباشرة قادرة على أن تساعد بفاعلية كبيرة في ازدهار الشركة. إن النفقات على "غير الإنتاج"، على الصحافة والصحفيين تعود بفوائد أعظم.

"ما هو جيد بالنسبة د. "جينرال موتورز" جيد بالنسبة لأمريكا" أليس صحيحاً، أنه دافع ممتاز للإعلان؟" إن هذه الكلمات تمتاز قليلاً عن تلك التي عبر بها عام 1953 رئيس شركة السيارات العملاقة تشارلز ويلسون في أثناء مناقشة ترشيحه لمنصب وزير الدفاع في مجلس الشيوخ. القضية تنحصر في أنه أجب على السؤال هل ينوي بيع أسهمه في الشركة بقوله: "ما هو جيد لشركة "جينيرال موتورز" جيد لكل البلاد". لكن مهما كان من أمر، فإن كلمات هذا الموظف جابت جميع أنحاء العالم عن طريق الصحافة ، وجعلت من الشركة شركة أكثر شهرة.

ما الذي هو جيد بالنسبة د. "جينيرال موتورز" الشركة المنافسة الأولى والأساسية لمصانع السيارات فورد؟ بالطبع، الريح .

لنرى ما هي السبل التي توصل هذا العملاق الاحتكاري إليه، وما هي قصته؟.

لم تكن شركة فورد الطليعي الوحيد في أمريكا في صناعة السيارات. ففي العام 1908، عندما أنتج هنري فورد "موديل T"، كان ويليام ديورانت يملك أكبر مصنع لصناعة السيارات. في السابق كان يعمل في صناعة العربات واستخدم أساليب صناعتها بنجاح عند توسيع إمبراطورية "جينيرال موتورز". وكانت أول خطواته ديورانت المستقلة ناجحة للغاية. وفي عام 1885 عندما كان عمره 24 عاماً خدم ديورانت وكيل ضمان اجتماعي في فلينتي ولاية ميتشيغان. واشترى مع زميله دوراً امتيازاً على عربتين ذات عجلتين ووقع اتفاقاً مع المقاول العام على إنتاجهما، وعمل على ترويج البضاعة.

وتم أول تعارف مع الإعلان. وكان بناء السوق قد ساعد على إيجاد السبيل إلى فهم أصحاب شركات التصدير الشكاكين. وقد استخدمت لبيع العربات ذات العجلتين مراكز بيع متخصصة بتسويق الآلات الزراعية بنظامها الذي قد أخذت مفعوله.

وقد جرت أمور شركة "ديورانت-دورت كابيدج كومباني" بنجاح إلى درجة أنها قررت هي بالذات العمل في صناعة العربات ذات العجلتين. وفي الأربعينات كان ديورانت قد أصبح مليونيراً وبقراره امتلاك إمبراطورية صناعة خاصة اشترى ديورانت "بويك مانيو فاكتشورينغ كوباني" شركة غير كبيرة وقعت في ظروف صعبة. ووضعت البداية.

وسرعان ما نمت وليدة ديورانت - وقد باع سيارات أكثر من فورد. وبعد محاولات فاشلة لاتحاد أربع أكبر شركات صناعة سيارات بويك وماكسويل وريو

وفورد، أسس ديورانت "جنرال موتورز كوباني" التي ضمت "بويك" و"كاديلاك" و "أولدسموبيل" و"أوكليند" (التي أضحت تسمى فيما بعد "بونتياك") وخمس شركات سيارات أخرى، وثلاث شركات لصناعة الشاحنات وعشرة مصانع لإنتاج قط ع التبدیل.

وقد أدى النمو السريع للشركة إلى صعوبات مالية. فلأصحاب البنوك الذين كانوا يقدمون القروض أخذوا على شكل سمسرة 12.5 مليون دولار إضافة إلى أسهم في "جنرال موتورز" بمبلغ 6 مليون دولار.

وبأمر من اصحاب البنوك الذين كانوا يهتمون بالربح وليس بتوسيع الإنتاج وحدت كل الشركات الفرعية، وأما الشركات التي كانت تعد غير رابحة- قد أقفلت. وفي هذه الفترة بالذات انضم إلى قيادة الشركة تشارلز ناش وأولنير كرايسلير. أما ديورانت الذي وحد جهوده مع الميكانيكي السويدي لوي شيفرولي فقد بدأ بإنتاج سيارة غير ثمينة أصبحت فيما بعد السيارة المنافسة لسيارات فورد. وكان نجاح السيارة الجديدة كبيراً لدرجة أن ديورانت حاول إعادة "جنرال موتورز" إليه وساعده في ذلك بيتر ديوبون وجون راسكوب.

ولاحقاً كانت قصة "جنرال موتورز ز" كلها مرتبطة بعائلة ديوبون. إن بنية ديورانت الهشة للشركة قد استبدلت الغارشين بخدمة دقيقة. فظهرت جماعات من المستشارين المهرة الغارشية ذوي التأهيل العالي ولجنة خبراء. وتعزز نظام تسويق المنتجات الجاهزة. وأخذوا ينظرون بطريقة جديدة إلى الإعلان و"العلاقات العامة" العلاقات مع الوسط الاجتماعي.

وكما كتب الباحث الأمريكي سيلينغمان، بدأ عصر الإداريين في الأطقم الرمادية مع أساليبهم المستميلة المستعطفة".

وظهرت أقسام "العلاقات العامة" في بعض الشركات الصناعية في أوائل القرن، وفي الكثير منها في العشرينيات والثلاثينيات. وإن اتحاد شركات "جنرال موتورز" لديه أقسام ضخمة خاصة به في مجال العلاقات مع الوسط الاجتماعي ويتوجه باستمرار بطلب المساعدة إلى الشركات التخصصية "بالعلاقات العامة".

وكان لابد من حل معضلة العلاقة المتبادلة بين خدمات الإعلان و"العلاقات العامة". وبدا ذلك ليس بتلك السهولة فحتى لدى الخبراء لم يكن هناك رأي موحد حول وظائف هذه وتلك، وبالفعل من الصعب تحديد أين ينتهي الإعلان وأين تبدأ العلاقات العامة. إن رجال الإعلان يعدون الإعلان عن المؤسسات والأفكار والشخصيات من صلاحياتهم، وحتى يتدخلون بنشاط في قدس الأقداس لوكالات الإعلان ويمارسون العمل المرتبط بهذا الشكل أو ذاك بتسويق المنتجات. وإن صناعة الإعلان بدورها قد حققت ذلك التطور حتى أصبحوا يولكون إليها الإعداد والقيام بالحملات السياسية.

ولهذا الأمر أو ذلك، فليق الاتحاد الاحتكاري يكون له مصلحة حياتية بالصدقة مع الصحافة. وإنه يسعى وبكل قوة إلى إقامة هذه الصداقة، وفي المقدمة من أجل إحداث الوجه الجذاب للشركة وتكوينه وإشهاره

ومن الممتع الإشارة إلى أن عبارة "شخصية الشركة" كانت قد استخدمت لأول مرة في إحدى المقالات عام 1953، بالرغم من أن الشركة والإعلان و"العلاقات العامة" كانت موجودة منذ زمن بعيد. عدا ذلك، فإن أ.لي قد بنى بنجاح منذ أوائل القرن الشخصية المحببة لروكفيلير عندما قدمه للجمهور كشخص خير، صديق الأطفال ومسيحي مثالي. الأمر ينحصر في أنهم تحت "شخصية الشركة" أضحو يفهمون ليس فقط الانطباع الذي تكون تلقائياً لدى كل إنسان، بل

وذلك الذي يتكون بوسائل متنوعة وهادفة. إن هذا في الوقت ذاته التوجه الذي له جوانب إيديولوجية وتنظيمية وجوهرية واسعة.

إن شخصية "جنرال موتورز" إحدى الأخوات الثلاث "الشركات الاحتكارية الكبرى لصناعة السيارات الأمريكية التي تصنع خبراء مؤهلين تأهيلاً عالياً وعارفين لشؤونهم. ليس فقط "لبيع" بل و "الاستعمال الداخلي" أي لقيادة عمالها. إذ كان الإداريون في السابق يستخدمون على المكشوف وبدون عزيمة: "اشتغل بسرعة وأفضل وإلا وجدنا البديل أو إن ترد الشغل بالمرتب السابق سوف نجد غيرك"، ففي الوقت الحاضر لا يمكن لهذه الأمر أن يظلي على أحد.

وبالتناسب مع تركيبة أو تراكيب "العلاقات الإنسانية في الصناعة" ومع توصيات "تربية الروح التعاونية" في المصانع التابعة "لجنرال موتورز" فإين الإداريين الجدد يعرفون جيداً ماذا ينتشق العمال و "بماذا يفكرون" ويعملون وفق نصائح علماء النفس والاجتماع وغيرهم من الاختصاصيين. إن اقتران القيادة الديمقراطية مع الرقابة الدائمة على سلوك العاملين تسمح بتحقيق الرقابة الشاملة وعلى هذا الأساس الإنتاجية العالية.

وكما أشير مراراً من قبل الباحثين، يكفي التعبير عن طريق الصحافة عن رأي لا يتفق مع وجهة نظر رؤساء الشركة، كي تكون مطروداً دون أي تعويض. عن الأجور الإضافية (قد تصل إلى نسبة 30% من الأجر الكلي) ويمكن استبدالها أو إلغاؤها من قبل الإدارة. لكن هنا يمكن أن يبدأ النضال في سبيل شخصية الشركة -"من الأسهل أحياناً التضحية بشخص أو اثنين من أن تفقد شخصيتك".

إن السيارة في الولايات المتحدة ليست فقط وسيلة للتنقل، بل هي كذلك رمز معين للتفوق. وأضحى الأمريكيون يقارنون أنفسهم بسياراتهم. كلما كانت السيارة أحدث وفاخرة أكثر، كلما كان نفوذ صاحبها أكبر. لكن بسبب ارتفاع أسعار البنزين والصعوبات المرتبطة بالمواقف يتزايد عدد الأمريكيين أكثر فأكثر الذين يستبدلون سياراتهم بسيارات متوسطة وصغيرة. وهنا "جنرال موتورز" تجاري الزمن. وتبقى عائلة ديوبون المالكة الأساسية "الجنرال موتورز". إن أحد الصحفيين الأمريكيين أشار بذكاء عند إجابته على مديح عائلة ديوبون من قبل مجلة "التايم" إلى أن "هناك مكاناً واحداً في أمريكا حيث شعر فيه الملك الفرنسي ليودوفيك السادس عشر وكأنه في بيته، ذلك إن استطاع أن يعيد رأسه المقطوعة إلى جسده. وهذا المكان يقع في غابات ولاية ديلاوير في "كونتية ديوبون".

نعم، هنا تسود هذه العائلة، كما كان الأمراء الإقطاعيون يسودون في الماضي. إن أكثر من 200 ضيعة ملتصقة ببعضها ببعض تعود إلى ملكية هذه العائلة تقع في الغابة التابعة للولاية مشكلة محمية رائعة لصيد الثعالب. إن المنازل مليئة بالغنائم المعلقة التي اصطادها أعضاء هذه العائلة نتيجة لجولاتهم في الصيد وهي ليست وحوشاً من أفريقيا، بل هي مراقب عائلة ديوبون مثل "النسر الأمريكي" والكؤوس التي فازت بها أنواع المواشي. ولا يجوز أبداً تجاهل أن أملاك ديوبون تقع ليس فقط في ولاية ديلاوير، وإنما هي موجودة في بنسلفانيا وفي ولاية نيويورك وفلوريدا وأماكن أخرى.

إن أفراد عائلة ديوبون مثلهم مثل كل "القطط السمان" يضحون بأموال طائلة على الحملات الانتخابية وعلى صناديق الأحزاب والحركات الاجتماعية. ولا ينسون بالطبع الصحافة التي تعتني بهم وبشهرتهم وب "شخصية الشركة".

كما هي الحال في مصانع فورد إن مصانع السيارات التابعة لشركة "جنرال موتورز" لها صحافتها الخاصة. إذ تصدر مثلاً الصحيفة "سباركيلاك" (الشمعة الغربية) بعدد كبير من النسخ.

ومنذ فترة كنت في أمريكا، حيث سمعت هناك النكتة التالية. محطة الوقود في الصحراء الأفريقية ، معرض كبير .

لا توجد صحراء بالنسبة "لجنرال موتورز" إن الرأسمال الكبير يجد دائماً مخرجاً من المآزق. والاختصاصيون بالإعلان والعلاقات العامة يحدثون بأنفسهم السرابات الضرورية للشركة.

والجيد بالنسبة "لجنرال موتورز" هو جيد بالنسبة للبلاد كلها! بين ثلاث أخوات"-عمالقة صناعة السيارات تشكل شركة "كرايسلير" مرتبة خاصة. ويتخلفها عن "فورد موتورز" و"جنرال موتورز" تبقى هذه الشركة واحدة من أكبر الاحتكارات العالمية في مجال صناعة السيارات. لكن مع ذلك فإن "كرايسلير" تطور بنشاط الشركات الفرعية في العديد من بلدان العالم وتعد واحدة من أكبر المقاولين العسكريين في الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها.

أما فيما يتعلق بالشخص الذي أعطى اسمه لهذه الشركة الشهيرة. فقبل كل شيء قد أحدث "الصنف" الذي فتن قلوب الأمريكيين حينذاك. إضافة إلى أن أولتر كرايسلير دخل التاريخ، تاريخ صناعة السيارات كواحد من رؤساء "جنرال موتورز". فكيف حدث أن الشركة التي تنافس "جنرال موتورز" بلسم كرايسلير؟ ببساطة، آنذاك كان على مورغان أن يتحد مع ديويون في رئاسة "جنرال موتورز". أما "كرايسلير" من حيث الجوهر فكانت مملوكة من قبل مورغان.

وكما نرى، فليق المنافسة منافسة، أما عندما يتعلق الأمر بالفائدة، فليق التعاون يصريح حتى ضرورياً جداً، أو ممكناً جداً. ويكون ممكناً أكثر إن انضمت مليارات مورغان.

إن كان الإعلان في تنفيذ فورد الأول بسيطاً وحازم فإن الإعلان اليوم لدى "كرايسلير" مستحال ومستعطف وغير ملحا. إن المتلقي يحصل على المعلومة الضرورية له عن السلع والخدمات التي تقدمها الشركة، لكن نادراً جداً ما يرتبط ذلك بعائلة المليارديريين. وكما أشارت في حينه مجلة "لايف"، بغض النظر عن الموالاة للتقاليد والالتزام بها لا يوجد أي شيء قديم في أسلوب عمل بنك مورغان. وليس فقط البنك، نضيف نحن، فإن مورغان هو بين أولئك الذين تعود إليهم مجلة "لايف". وباختصار، لقد جددت مورغان نفسها، وبدأ ذلك هكذا:

إن مؤسس السلالة جونيوس سبينسير مورغان جمع ثروة غير قليلة بلغت عدة ملايين من الدولارات. وبعد أن أصبح ثرياً على حساب قيامه بصفقات مختلفة غير شرعية باسم حرب الشمال والجنوب أصبح جونيوس سبينسير مورغان مساهماً شرعياً في أحد أكبر بنوك الولايات المتحدة الأمريكية "جورج بيبوري". وهكذا إن ابن جونيوس جون بيريونت مورغان الأكبر الذي يحمل لقب كوسار ورث ثروة كبيرة. وكان مجد مؤسس "الإمبراطورية المورغانية" من نصيب كوسار بالذات.

وكان لقاء مورغان كوسار مع أيليام ديورانت أول معرفة له بصناعة السيارات، وكان ذلك عندما عانى الأخير من صعوبات مالية جدية. وجاء ديورانت إلى مورغان مقترحاً عليه شراء "جنرال موتورز" بمليون ونصف المليون دولار. حتى ذلك الحين إن أصحاب البنوك ذوي بعد النظر رأوا في صناعة

السيارات مستقبلاً كبيراً. ومورغان جزء منه وطرده. وبعد 12 عاماً، أي في عام 1920 كان عليه حتى الاتحاد مع ديوبون في سبيل جمع 80 مليون دولار ليشتري "جنرال موتورز" ذاتها.

وكما يؤكد كتاب السير الذاتية أن الصفات المميزة لكورسار كانت الوقاحة في الخيار، وخيار الوسائل واحتكار المعايير الأخلاقية مهما كانت والقسوة والجشع. وقرر العجوز مورغان قبيل وفاته تجميل نفسه بعض الشيء في أعين أحفاده. واعتبر بحق أن بعض الوقار والاحترام سيساعد خلفاءه في البنس. لذلك كانت وصيته التي نقلها إلى ولده جون بيريونت الأصغر هي مئات الملايين من الدولارات. وبدأ كورسار الوصية بالكلمات التالية: "إنني أقدم روحي وأضعها بين يدي منقذي في الإيمان العميق التي كفرت وغسلت بدمه الأثمن، إنه يضعها دون ذنوب أمام الخالق. إنني أتوسل لأولادي أن يدعموا ويدافعوا عن التعاليم المقدسة للتكفير الكامل عن الذنوب بدم يسوع المسيح التي سألت من أجل هذا، والتمن المغامرة والمخاطرة مهما كانت التضحية بالذات". إن طريق الادخار الذي سار عليه تورسار هو سلسلة جرائم القتل حتى الخيانة العظمى.

وإن مجموعة مورغان الآن تسيطر على عشرات الشركات الصناعية والبنوك وسكك الحديد وشركات الضمان. والميزة العائلية لا تزال كما كانت، اللامبئية في مضاعفة رأس المال.

وهناك أمر آخر: إن العقيدة السياسية لعائلة مورغان كانت دائماً تميل إلى اليمين. وهكذا إن لجنة ماركو مال وبكشتين أكدت صلاحية الاتهامات المثيرة للضجة وثبوتها بحق بعض زعماء "الفيلق الأمريكي" ورجالات دول ستريت المعروفين (أحدهم كان مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالبيت المصرفي لمورغان) في أنهم

دبروا مؤامرة وفعلاً توقعوا إقامة ديكتاتورية فاشية في أمريكا. وهذا الأمر قد أحمدهم، بالطبع، وبسرعة بفضل الصحافة التابعة لهم.

إن السعي وراء التهريب الضريبي لعب دوراً هاماً في إخفاء المليارات من الدولارات عن الأعين. ولذلك كانت إعانات المصانع المورغونية في كثير من الأحيان.

3- التمرکز والاحتكار

منذ أن أسس سكريبس مع شركة ماكريه عام 1892م أول "سلسلة" من خمس صحف، حتى الآن، لم تتوقف عملية احتكار الصحافة ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية أحصي أنه بدءاً من عام 1962م، اشترت " الجماعة المالية المهمة" حوالي 68 "صحيفة مستقلة" سنوياً. وفي عام 1979م شكل عدد نسخ الصحف اليومية العائدة للاتحادات الاحتكارية 71% من مجموع نسخ الصحف كلها. في هذه الغضون إن 34 صحيفة يومية من أصل الـ 38 التي انتقلت إلى ملكية مال آخر خلال سبعة أشهر من عام 1979م أصبحت ملكاً للاتحادات الاحتكارية بالذات.

ولا يقل أهمية أن جماعات الصحف التي تشغل من حيث عدد الإصدارات وعدد النسخ المكان الأول تزيد من قدرتها بفاعلية ونشاط. وفي العام 1979م في الولايات المتحدة ازداد عدد الاحتكارات من 11 إلى 13 من التي يبلغ مجمل عدد نسخ صحفها أكثر من مليار نسخة. وبالنتيجة إن هذه الاحتكارات تسيطر على 42% من الصحف اليومية و50% من صحف أيام الأحاد. ويبلغ عدد الجماعات الصحفية 165 جماعة في الولايات المتحدة التي تملك 60% من الصحف اليومية الصادرة في البلاد. وبناء على دراسة أعدتها صحيفة "واشنطن بوست" فليق

كل الصحافة الدورية في الولايات المتحدة تتركز في أقرب وقت في أيدي اتحاد شركات من كبار الاتحادات. ووصلت الجريدة إلى استنتاج مفاده أن هذا الأفق لا عودة عنه، ولا يمكن إيقاف هذه المسيرة. وفي أواسط السبعينات كانت 1047 جريدة من أصل 1762 صادرة في الولايات المتحدة تحت سلطة الاتحادات صاحبة الصحف، تملك عشر شركات كبرى 209 صحيفة في نسخ يصل عددها إلى 22 مليون نسخة يومياً الأمر الذي يشكل أكثر من 33% من عدد نسخ الصحف اليومية الأمريكية. وعلى هذه الخلفية ما يلتفت النظر بخاصة أن عدد نسخ بعض الإصدارات من المجلات قد ازداد باستمرار، وكذلك ازداد عددها . وهكذا، إن كان في الوقت ما بين عام 1950 و1975م عدد الصحف اليومية في الولايات المتحدة انخفض من 12155 إلى 11400 فإن عدد المجلات والدوريات الأخرى ازداد في هذه الفترة الزمنية من 6960 إلى 9657.

وهناك توجهات أخرى أيضاً في الإصدارات الصحفية الدورية. فعدد الإصدارات و المجلات الصادرة مرة واحدة في كل شهرين يزداد بوتائر أعلى من عدد تلك السنوية والشهرية. ومن الأرقام الواردة أعلاه، لا يجوز الاستنتاج أن تطور المجلات الدورية يجري بدون فائدة. إن احتكار وسائل الإعلام الجماهيري والمنافسة الرأس مالية وقلة الواردات من الإعلانات تفرض على الناشرين إيقاف إصدار المجلات التي أضحت غير مربحة.

ويتقلص باستمرار عدد ما يسمى بالصحف المستقلة التي تمتلكها العائلات ففي عام 1999م ومن أصل 1489 جريدة يومية في الولايات المتحدة 269 كانت فقط، أي 18% مستقلة، والباقية ملك للشركات. وإن العدد الكلي للصحف اليومية لا يزال في انخفاض . ففي عام 1998م أغلقت 20 صحيفة

يومية، وحتى شباط عام 1999م بقي منها 1489. إن هذا التوجه القديم في تطور الصحف يعمل منذ بداية القرن. فخلال السنوات العشر الأخيرة توقفت عن الصدور 153 صحيفة يومية، وهذه العملية سوف تستمر في القرن الحادي والعشرين. وباستمرار يتقلص العدد الإجمالي لنسخ الصحف اليومية فمن 62.3 مليون عام 1990م تقلص حتى 56 مليون و 180 نسخة في بداية عام 1999م. وحسب إحصائيات مكتب حساب عدد النسخ تقلص عدد نسخ الصحف اليومية عام 1998م بنسبة 1% بالمقارنة مع العام الذي سبقه.

إن رابطة الصحف في أمريكا والجمعية الأمريكية لمحري الصحف تضعان برنامج إيقاف انخفاض عدد النسخ واستقراره وتوسيع جمهور القراء. وإن رابطة الصحف في أمريكا بخاصة أجرت بدءاً من العام 1997م حملة إعلانية لثلاث سنوات تحت شعار "كل شيء يبدأ من الجريدة". وخصص مبلغ 11.5 مليار دولار لهذه الحملة.

ويظهر التوجه في السويد نحو تمركز الصحافة واحتكارها بواسطة المؤشرات التالية التي تميز انتقال وسائل الإعلام الجماهيري المطبوعة إلى نظام "كل مدينة جريدة" لأن عدد المراكز السكانية التي فيها توزيع الصحف في السويد تنافس بين الصحف يتقلص باستمرار.

توزيع الصحف في السويد:

السنة	المراكز السكانية التي فيها جريدتان أو أكثر	المراكز السكانية التي فيها جريدة واحدة
1945	51	42
1950	50	42
1955	93	53

56	32	1960
59	32	1965
65	21	1970
64	20	1975
62	21	1980
60	24	1985
63	20	1990
58	20	1995

ملاحظة: هذه المعطيات تعود إلى الصحف الصادرة من 3-7 مرات في الأسبوع.

إن مثل هذا الإحصاء يمكن إجراؤه في أية دولة متطورة في المجال الإعلامي، إلا أنه لا يعطي تصوراً عن التغيرات البنيوية في احتكار وسائل الإعلام الجماهيري.

إن مضمون الاتصالات يحدد في أكثر جوانبه من قبل احتكار الأخبار و المعلومات. والصحافة المعاصرة هي أداة جبارة متفرغة ومرنة في أيدي الطبقة الحاكمة وتستخدم بحنكة لتقوم بالاستدراج الإيديولوجي للجماهير و التأسيس للقيام العسكري، وضمان دعم النهج السياسي الذي تسير عليه.

إن إصدار الصحف والمجلات الكبرى في عدد من البلدان الأكثر تطوراً في المجال الإعلامي متمركز في أيدي عدد غير كبير من اتحادات النشر الاحتكارية واتحادات شركات الصحف وغيرها من الاتحادات التي يرتبط أصحابها كثيراً بالأليغارشيات المالية -الصناعية الأقوى.

لنأخذ مثلاً، الاتحاد الاحتكاري "هانيت كومباني". ففي عام 1966م كان يملك 26 صحيفة يومية و 6صحف أسبوعية. وفي الثمانينيات انتشرت ملكيته لتصل إلى 88 إصدار أسبوعي و 13 إذاعة و 17 محطة تلفزيونية. وإن ضم احتكار "إيفنينغ أسوشياشين" سمح لهذا الاحتكار "هانيت" بأن يمتلك عشر صحف

وإذاعتين وخمس محطات تلفزيونية إضافية . عدا ذلك، لقد مثلت مصالح الاحتكار هذا في عدد من الشركات السينمائية وخدمات استطلاعات الرأي العام وشبكات الهاتف بما فيها العاملة بالكبلات والبث عن طريق الأقمار الصناعية في 35 دولة.

ولا تزال الإمبراطورية الإعلامية لميردوك ر. تكبر وهو الذي استبدال بجنسيته الأسترالية الجنسية الأمريكية لينترب من العوائق على طريق الاستحواذات الجديدة. والآن يملك هذا الرأسمالي الكبير حوالي 90 جريدة و 10 مجلات ومحطات إذاعية وقنوات تلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وأستراليا.

وإن شركة "كابيتل ستيز كوميونيكيشينز" التي ملكت في السابق 40 إصدار دوري و 12 محطة إذاعية و 7 محطات تلفزيونية قد امتلكت الشركة التلفزيونية " أي. بي .سي" الأمر الذي أعطاهها ملكية إضافية تمثلت في 12 إذاعة و 5 محطات تلفزيونية إضافة إلى نظام تزويد برامجها لـ 15960 إذاعة و 214 محطة تلفزيونية أخرى.

إن الهجوم على وسائل الإعلام الجماهيري قاد إلى تمركز العديد من خيوط القيادة للصحافة الأمريكية في يديها تمركزاً لم يسبق لها مثيل. وحسب إحصاءات الخبراء الأمريكيين فإن 50 شركة كبرى تسيطر على كل وسائل ماس ميديا تقريباً في الولايات المتحدة الأمريكية : عشرون منها تمسك في يديها أكثر من نصف صحف البلاد كلها أربع محطات تلفزيونية و 10 إذاعات و 12 منها تنتزع الإنتاج السينمائي وأربع في السينما نفسها. وفي بداية الثمانينيات بدأت مراقبة 98% من الصحف اليومية الصادرة في المدن الأمريكية من مركز واحد فمن أصل 1700

صحيفة يومية في الولايات المتحدة أكثر من 1000 تعود إلى ملكية "السلسلة" من الاحتكارات.

إن كل هذه الشركات الاحتكارية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً جداً بالاحتكارات المختلفة عبر العالم والبنوك الدولية أيضاً. ويضم مجلس مد "نيويورك تايمز" توباني" مثلاً ممثلي أكبر مجموعتين من الأليفارشيه المالية الأمريكية (مورغان وروكليفيير) وممثلي شركة السيارات "فورد" وشركة الفولاذ والصلب "بينليهم ستيل" وشركة النفط والكيمياء "سان أويل" وعدد آخر من الشركات. وإن تدخل المصالح المتبادل للرأسمال الصناعي وماس ميديا يعود بأرباح لم تشهد من قبل. فإن كانت 9 من أصل 500 شركة احتكارية أمريكية مرتبطة منذ عشر سنوات خلت بتوزيع الأخبار فاليوم 21 من 50 من شركات النشر الصحفي الكبرى والإذاعة والتلفزيون تدخل في هذه المجموعة المترعمة.

أما بالنسبة للرأسماليين الكبار المسيطرين على الصحافة فلا يكلفهم شيئاً إغلاق أي إصدار غير مفيد لأسباب سياسية أو تجارية، وحتى إن كان من الإصدارات الأقدم في البلاد. وهذا ماحدث مثلاً مع جريدة "بالتيمر نيوزأمريكان" التي استمرت بالصدور 213 سنة. إن أصحابها من الإمبراطورية الصحفية هيرست قرروا أن الصحيفة أصبحت خاسرة وردوا إلى الشارع 500 موظف كانوا يعملون فيها. وبعد إغلاق "بالتيمر نيوز أمريكيان" بقيت في المدينة صحيفتان فقط "بالتيمور سان" و"إيفينغ سان". وفي اليوم التالي بدأت شركة "تايمز ميرور" من لوس أنجلوس محادثاتها في سبيل امتلاك جرائد بالتيمور المتبقية وحصلت على موافقة أصحابها. إن شركة "تايمز ميرور" تمتلك إضافة إلى "بالتيمور سان"

و"إيفينغ سان" الإصدارات الكبرى مثل جريدة "لوس أنجلوس تايمز" و"نيوز واي" و"دالاس تايم هيرالد" و"هارتفور وكورانت" ودور نشر ومحطات إذاعية وتلفزيونية.

والعديد من الإصدارات غالباً ما تغير طبيعتها وتوجهاتها ونهجها مع استبدال صاحبها. لناخذ على سبيل المثال امتلاك ميردوك. إن صحف "نيويورك بوست" و"شيكاغو سان تايمز" بعد انتقالها إلى ميردوك غيرت سياسة تحريرها، أي أصبحت ببساطة محافظة أكثر، ومن حيث جوهرها أضحت "صفراء". ويمكن قول الكلام نفسه عن التغيير في توجه شركات التلفزيون "ميتروديديا" التي اشتراها ميردوك بالاشتراك مع صاحب الصناعات النفطية التكساسي دايفيس. وتستطيع أن تؤثر على أجهزة الإعلام والقيادة الإيديولوجية بطرق متنوعة جداً:

- بالمشاركة المالية في الاتحادات الاحتكارية لنشر الصحف الكبرى ، وفي الشركات المتحدة ، وفي وكالات الأنباء ، وفي الاتحادات الصحفية، وفي أجهزة الإعلام "غير المتحدة".
- بالرقابة على أجهزة الدعاية الحكومية.
- بالقيادة المباشرة للمؤسسات الإعلامية الدعائية للرأسمال الكبير والمؤسسات الاجتماعية الكثيرة.
- باحتلال أماكن القيادة في الصحافة الكبيرة.
- بالإعلان المأجور الذي بدوره لا تجوز الاستثمارية المالية للصحف والمجلات والإذاعات ومحطات التلفزيون.

إن المعلنين الذين بينهم كبريات الشركات الاحتكارية يحتلون المكان الرئيسي، ويستخدمون على نطاق واسع وبجدارة الإعلان ككتلة فاعلة كي تقترن الأهداف من الإعلان بالمهام السياسية ضمن مصالح الاتحادات الاحتكارية. وأضحت أجهزة السلطات الحكومية في الآونة الأخيرة تلعب دوراً أكثر أهمية في توجيه الصحافة وتلقين ها. ويتم ذلك بإجراء العديد من المؤتمرات الصحفية المفتوحة والمغلقة، ونقل المواد للنشر على شكل نشرات صحفية ووثائق رسمية ومقابلات صحفية، وتنظيم "تسرب" الأنباء المفيدة، ونشاط "مكتب العلاقات العامة".

إن مركزة احتكار وسائل الإعلام الجماهيري تسيران بوتائر عالية. ويساعد على ذلك بخاصة، بإلغاء المحدوديات الكثيرة المعادية للاحتكارات التي وصف بها العديد من الدول بعد الولايات المتحدة الأمريكية. وهكذا، لقد ألغي الخطر على تأسيس استوديوهات البث التلفزيوني الكابلي من قبل شركات الهاتف التي تقدم في مكان عملها، وفي العديد من البلدان لا توجد محدوديات على كميات وأعداد المحطات التلفزيونية التي تعود إلى شخص أو مؤسسة ما ، وسمح بدبلجة البرامج الإذاعية التي تبث على الموجات المتوسطة من قبل محطات YKB، وألغيت المحدوديات على امتلاك محطات بث مباشرة وقنوات كابل في الوقت نفسه وغيرها.

لقد اقترح سي.بي بيغلوب في عمله "احتكار الكلمة" التصنيف التالي لشركات وسائل الإعلام حسب أشكال الملكية والتصرف بال رأسمال الأساسي فيما يتعلق بعملية الاحتكار. وقد أبرز الفئات التالية:

(1) رؤوس الأموال الفردية ("الأسروية")، وهي الشركات التي تصدر إصداراً واحداً أو نوعاً واحداً من أنواع الصحافة والتي تكون فيها الملكية للأسهم الأساسية قابلة للانتقال من جيل إلى جيل من ممثلي هذه الأسرة بالذات أو في وسط المالكين أنفسهم.

(2) الاحتكارات متعددة الفروع أو ما تسمى بالسلسلة الاحتكارية أي سلسلة الشركات والمصانع الصحفية والإذاعية والتلفزيونية المرتبطة ببعضها بمصلحة رقابية مالية واحدة.

(3) الاحتكارات المختلطة، أي الشركات التي تعتبر عناصر في الاحتكارات المختلطة "الاحتكارات المختلطة" التي تشمل مختلف أنواع النشاط التجاري.

(4) الشركات الاحتكارية الحكومية .

وكما أشار بيغلوف، تعتبر الاتحادات التعاونية -المساهمة التي أحدثتها الاحتكارات الإعلانية لخدمة الحاجات العامة (بالدرجة الأولى وكالات الهاتف) أو الشركات الصحفية الخاصة التي تسمح للعاملين فيها بامتلاك الأسهم (مثال الجريدة الفرنسية "موند"). إن التصنيف المذكور يحافظ على حيويته حتى الآن، بل ويضيف عدداً من الظواهر الخاصة. وكما أسلفنا، إن شركات وسائل الإعلام الجماهيري "العائلية" أو "الأسروية" تعاني في العديد من بلدان العالم اليوم أزمتها الخاصة، لأن هذا النوع من البزنس لا يستجيب لمتطلبات حركة الرأسمال (يو-بي كمثال) . وهناك أمثلة ليس فقط على النحو السريع للشركات "العائلية" بل على دخولها السوق العالمية. وهكذا، إن دار النشر بونير (السويد) وزعت مصالحها في جميع بلدان أوروبا الشمالية والبلطيق. وإن الشكل المذكور سابقاً للملكية "الخيرية"

(الإدارة الموثوقة) يمكن إقراره أقل بكثير لأن صاحبه أبعد شكلاً عن إدارة وسائل الإعلام الجماهيري. وإن الشركات الاحتكارية الحكومية في العديد من البلدان تكتسب الشكل القانوني - الاجتماعي، الأمر الذي يحدث وهم مشاركة المجتمع في إدارة وسائل الإعلام الجماهيري وفي مقدمتها الإذاعة والتلفزيون. وظهرت أشكال أخرى للملكية. إليكم مثلاً، الشركة المساهمة برأسمال موزع في العالم. وإن العائدية الحكومية للشركة المدارية المبنية على هذه المبادئ من المستحيل توصيفها عملياً أو تحديدها . إنها شركة احتكارية عبر القارات التي مصالحها يمكن ألا تتطابق مع المصالح الوطنية للبلدان التي تعد بلداناً أصلية لبعض أصحاب الأسهم فيها. الرأسمال - قوة دولية عالمية.

بغض النظر عن أشكال الملكية وأساليب إدارة الشركات إن مركزة واحتكار وسائل الإعلام الجماهيري في الظروف الراهنة يسيران بعدد من الاتجاهات التي من بينها يمكن اعتبار التوجهات الآتية أساسية.

قبل كل شيء الاتحادات (عن طريق الضم أو القائمة على مبدأ الشراكة)، وأيضاً تأسيس وسائل إعلام جماهيري جديدة من طراز واحد ومرتبطة، مثال سلسلة صحف، أو شبكات راديو أو محطات تلفزيون وغيرها. ويمكن ضم توسع أية وسائل إعلام جماهيري في دول أخرى إلى هذه الفئة. وفي بعض الحالات إن الشركات الفرعية بالمعنى المالي تعتبر مستقلة، لكن الإدارة تنفذ من الهيئة العامة الأساسية. وعن "ريديرز دايجيست" (الولايات المتحدة) و "يوردا مودين" (ألمانيا) وغيرها من الإصدارات المشابهة تعبر بوضوح كامل عن هذا التوجه.

والتوجه الثاني هو توحيد وسائل إعلام جماهيري من أنواع مختلفة في مجمع واحد (جريدة + راديو + تلفزيون وغيره). إن هذه الفئات متعددة

الاختصاصات تسمح عند القيام بحملات إعلامية أو دعائية بتوفير الأموال كثيراً
وبتحقيق فاعلية عالية معاً.

أما التوجه الثالث والأكثر انتشاراً فهو امتلاك مختلف وسائل الإعلام
ال جماهيري من قبل الاحتكارات المالية - الصناعية، الأمر الذي يسمح للرأسمال
الكبير بالضغط بمصالحه عند الإعداد لقرارات حكومية هامة وتكوين الرأي العام
وتوجيهه في الاتجاه المناسب له. عدا ذلك إن هذا يسمح بتحقيق استقرار مالي
للاحتكار كله و يقلص بعض الشيء درجة ارتباط وسائل الإعلام الجماهيري
بالمعلنين. والمثال الساطع على ذلك هو أن الصحافة تعتبر الجمعية الصناعية
التي تلتحم في بعض الحالات مع البنى الحكومية وتؤسس روابط صحفية
متخصصة تلعب دوراً نشطاً في تنظيم الصحافة الذاتي. وهكذا إن مجلة "سيغال"
تصدرها جمعية الصناعة وفيلق العلاقات في الجيش الأمريكي، وتعمل بنشاط
رابطة صحفيي الصناعة اللا نقطية وغيرها.

والاتجاه الرابع المفتوح فقط أمام شركات الحديد الضخمة يتمثل في
الشركات الصناعية المملوكة من قبلها وغالباً ما تكون غير مرتبطة برأسمال
الصحفي والإذاعي والتلفزيوني. وإن كانت الاتحادات الصحفية تشتري أراضي
الغابات ومصانع الورق أو كانت تعقد معها اتفاقات شراكة، فالآن إنها تنجذب في
كل مكان عملياً، بدءاً بصناعة الورق والأخشاب وانتهاءً بمجالات الخدمات وبزمن
التحرير وأحدث اتجاهات الإلكترونيات والفيزياء النووية. ويمكن لـ "نيويورك تايمز"
كوريوريشين" مع شركاتها ومؤسساتها الفرعية أن تمثل هذا النشاط لوسائل الإعلام
إلى درجة معينة. فلدى الشركة غابات في كندا ومصانع ورق ودور نشر وشبكات
راديو وتلفزيون ومؤسسات كمبيوتريين - مبرمجين وغير ذلك.

ويمكن اعتبار إعادة توزيع سيول الأنباء في قنوات الاتصالات الاتجاه الخامس لإعادة البنى البنيوية للاتحادات الاحتكارية لوسائل الإعلام الجماهيري. وهنا نلاحظ نقل أخبار الأعمال إلى وكالات الأنباء المتخصصة وشبكات الكمبيوتر. وهكذا، إن وكالة "رويتر" تحصل على الجزء الأساسي من الدخل ليس عن طريق الاشتراك بالأنباء العالمية، بل عن طريق توزيع المعلومات عن الصفقات المالية وغيرها في نظام واقعي للزمن. وقد نظمت وكالة أسوشاتيد جوس خدمة عائلية د.أ.ب- دو جونس وأدخلتها سوق النفط لعدد من الدول. لأن نشرات البورصة في الصحف قد فقدت حيويتها السابقة.

فالأنباء الأكثر سرعة سيئها الراديو والتلفزيون، لذلك تركز الصحف والمجلات اهتمامها على التحليل والتعليق والتنبؤ. إن مثل هذا التوجه يلاحظ كذلك في مجال البث الإذاعي في السويد، فمثلاً إن شركة الإذاعة أخذت تخصص زمناً أطول من قبل بكثير للتعليق.

إن عملية مركزة وسائل الإعلام الجماهيري واحتكارها في السوق الوطني ميزة بالنسبة لأكثرية البلدان، إلا أن هفي الوقت الراهن يضاف إليها الإدخال النشط للزمن الإعلامي للشركات عبر القارات (متعددة الجنسيات).

ويعد انصهار الشركتين العملاقتين "فياكوم" و"سي بي اس" المثال المميز للعمليات والتوجهات الاقتصادية. بعد أن وقع كل من رئيس "فياكوم" سافير م. ريد ستون ومدير سي بي إس ميل كارمازين اتفاقاً حول هاتين الشركتين الإعلاميتين ظهرت دار نشر معروفة في الشركة الاحتكارية الجديدة هي "سيمون اند شوستير" وشبكات الكابل (بما فيها إم.بي. في) والمحطات الإذاعية واستوديوهات هوليوود مع عدد كبير من دور السينما وغيرها. وتعد المنافس الأساسي للعلاق الجديد

الآن: الشركة العملاقة الاخرى في هذا المجال "أولت ويسناي" والشركة المتحدة "تايم/ أورتير" وإمبراطورية روبرت ميردوك وبخاصة " نيوزكوريوشن". وتعتبر "تايم أورتير" أكثرها ربحاً وأفقاً، لأن نظم الكابلات والشبكات (بخاصة سي إن إن) تعد الموجودات الأساسية في الشركة.

وتوجد شركات متنوعة عاملة في سوق الخدمات الإعلامية. وعلى وجه الخصوص إن بي سي الأمريكية و "سوني" اليابانية تخططان معاً للعمل مشتركتين في مجال التسالي مع مشاركة معلومة لشركة "باكسون كومونيكتشين". إن شراء جماعة ميديا "تريبيون كو" لـ "تايمز ميرور كو" اللوس أنجلوسية قد أدى إلى نشوء إمبراطورية ميديا جديدة ضخمة تضم "لوس أنجلوس تايمز" و"تشيكاجو تريبيون" و"سينتينيل" و"التيمورسان" و"هارفورد" و"كونيكتيكوت" و"نيوزداي" وغيرها، وعدداً كبيراً من المحطات التلفزيونية والإذاعية.

بالطبع إن الاتجاهات المذكورة للتغييرات البنيوية في احتكارات وسائل الإعلام الجماهيري هي مثال أكثر مما هي تصنيف موسع ولا تطمح أبداً لتكون وافية، لأنها ليست هي الهدف من هذا العمل. ولقد كانت قدمت لوحة واسعة لعمليات المركزة والاحتكارات في نظام وسائل الإعلام الجماهيري في أعمال أندروناس وباغديكيان وبيغاوف و غلياسبيرغ وشيلير وغيرهم من الباحثين المشهورين. وهم يتوافقون بهذه الدرجة أو تلك من حيث الرأي حول أن الاحتكار بسيط دائماً إمكانية التكون الفاعل للرأي العام ويديره، إن عمليات مركزة رأسمال واحتكار وسائل الإعلام الجماهيري مستمرة في الظروف الحالية. وبغض النظر عن أشكال الملكية وأساليب إدارة الشركات، إن مركزة وسائل الإعلام الجماهيري واحتكارها في الظروف الراهنة تتجه إلى عدد من الاتجاهات . فالاحتكارات

القائمة تعزز قوتها ويتقلص باستمرار عدد وسائل الإعلام الجماهيري "المستقلة" ، وتتعزيز العلاقة بين وسائل الإعلام الجماهيري وبين الشركات متعددة الجنسيات، وتلعب أجهزة الدولة دوراً متصاعداً في توجيه الماس ميديا وتلقين ها. وظهرت مصانع متعددة الجنسيات لوسائل الإعلام برأسمال "موزع" في حين من المستحيل عملياً معرفة عائداته القومية.

إن العالم شديد التنوع. وإن عمليات المركزة والاحتكار لوسائل الإعلام في دول مختلفة تسير بأشكال مختلفة، لكن الاتجاهات المذكورة أعلاه تعتبر شاملة من وجهة نظرنا.

4- التباین والتخصص :

إن تباین الصحافة الأجنبية وتخصصها يمكن اعتباره واحداً من الاتجاهات الهامة في تطورها. وننظر في هذا الاتجاهات إلى مثال صحافة دول الغرب المتطورة وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية.

إن وسائل الإعلام الجماهيري في ظروف عولمة المجال الإعلامي تلجأ بفاعلية أكثر إلى التباین والتخصص، لأن هذا يعطي الفرصة لكل منها لإيجاد فجوتها الاجتماعية، والتوجه إلى نوعية من السكان، وتحقيق تأثير عالي الفاعلية على القراء والمستمعين والمشاهدين.

وهذه المجريات تسمح لبعض الباحثين أمثال جون فورد بتأكيد أن كل الإصدارات الدورية الأمريكية على الإطلاق تعتبر متخصصة وهناك سبب محدد لذلك والنظر إلى تصنيف الإصدارات الدورية المعاصرة في الولايات المتحدة الأمريكية.

إن جاء الحديث عن الجرائد، فإنها تقسم تقليدياً حسب مجال توزيعها إلى وطنية (أي توزيع على المستوى الوطني) وما فوق الإقليمية والإقليمية والمحلية. وحسب الدورية وزمن صدور الجريدة هناك يومية وأسبوعية، صباحية ومساءلية، وكانت الأخيرة في الولايات المتحدة حتى وقت قريب تشكل 80% من الصحف اليومية، لكن الآن هذه النسبة قد تغيرت إلى العكس).

وحسب طبيعة التوجه الاجتماعي تقسم الجرائد إلى جماهيرية ونوعية ومختلطة (جماهيرية نوعية أو نوعية جماهيرية) وإلى صحف المصانع والشركات. وإن بعض الباحثين في الأعوام الأخيرة أمثال غ. تيري، ينفون عموماً تقسيم الصحف إلى جماهيرية ونوعية لأن أية صحيفة جماهيرية تسعى إلى نشر المواد "النوعية"، والصحيفة النوعية تجاهد في سبيل زيادة عدد نسخها.

ويمكن تقسيم المجالات إلى فئتين كبيرتين: متخصصة و "ذات الاهتمام العام". لكن مجالات "الاهتمامات العامة" أو الجماهيرية كما يسمونها في الغالب هي نفسها تقسم إلى إخبارية ومصورة وعامة مسلية ترفيهية. ويمكن تقسيم هذه الفئة أكثر. فإن العامة -المسلية الترفيهية بدورها تقسم إلى بالبس ماغازينيز (إصدارات رخيصة على أوراق صفراء سيئة) وفان ماغازينيز (مجلات للهواة والمحبين) وتشيز كايك ماغازينيز (الخلاعية) والشبابية، ومجلات النساء ومجلات الرجال وإلى ما هنالك.

ومن جهة أخرى إن بعض المؤلفين (م. يابلوكوف و،ن. نيتشينورينكو وغيرهما) يقسمون كل صحافة الدول الغربية إلى أربع فئات من الإصدارات. هي الزراعية والتجارية والمهنية والجماهيرية. وهذا التصنيف مع ما يبدو عليه من سهولة لا يستطيع أن يشمل كل نماذج الصحف، والمجلات والنشرات والإصدارات

المستمرة والمواد المطبوعة الأخرى. فإلى أي نموذج يمكن إرجاع - على سبيل المثال - الصحف والمجلات الدينية والحزبية والنقابية وغيرها من المؤسسات؟ إن التصنيف الأكثر قبولاً هو ذلك الذي أوردناه أعلاه للدوريات حسب طبيعة تصوير الواقع والتوجه الاجتماعي حيث تقسم إلى جماهيرية ونوعية - جماهيرية ومتخصصة.

وإن الدوريات المتخصصة بدورها تتضمن أعداداً كبيرة من نماذج الإصدارات المتنوعة جداً. وتشكل مادة للاهتمام الأكبر تلك التي توزع بين جماعات كبيرة من الناس الذين توحدتهم الأعمال المهنية، وهي الإصدارات الخاصة بالأعمال وصحافة المصانع وصحافة النقابات والصحافة العسكرية. ولدى كل نموذج من هذه النماذج الصحفية علاماته المميزة. لكن هناك الكثير مما يوحد بينها، وفي المقدمة إمكانية التأثير المتباين في مختلف فئات القراء. إن الإصدارات المتخصصة التي تركز اهتمامها في الأغلب على مسائل العلوم والتكنولوجيا لم تفرز من النظام العام للصحافة الأمريكية فوراً. إن أول "مجلة أمريكية مدعمة بالأنباء الأمريكية الأصلية" أطلق عليها الكثير من الباحثين اسم "برايسيز جورنال" وتأسست في أواخر القرن الثامن عشر.

وقد شهد النصف الأول من القرن التاسع عشر ظهور عدد كامل من المجالات العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية وهذه القناة الأهم لتبادل الأخبار بين العلماء. ففي عام 1818 بدأت بالصدور "أمريكان ساينس جورنال" وعام 1826 "أمريكان ميكانيك ماغازين". ومع ذلك فلي عدد الإصدارات العلمية في النصف الأول من القرن التاسع عشر قد ازداد ببطء كبير. إن تطور الرأسمالية وتحولها السريع في نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين إلى الإمبريالية

أدى إلى النمو السريع للعاملين العلمو تكنولوجيايين الأمر الذي قاد بدوره إلى الزيادة الحادة في كمية الإصدارات العلمية وفي نفس الوقت إلى تخصصها الضيق أكثر. وهكذا، لقد صدرت في الولايات المتحدة حتى عام 1860 حوالي 200 مجلة علمية، وبين أعوام 1890-1900 تضاعف عددها مرتين.

وأُسند إلى القرن العشرين صدور جملة كبيرة من الإصدارات العلمية الفنية في الولايات المتحدة الأمريكية. ففي الوقت الراهن يصدر هناك حوالي 20% من مجمل المجالات الصادرة في العالم.

إصدارات الأعمال تحتل مكاناً خاصاً بين الإصدارات المتخصصة في الولايات المتحدة الأمريكية، وهذه الإصدارات تتضمن العديد من النماذج المتنوعة. وتميزها الدرجة العالية من التباين والسعي للتأثير بفاعلية أكبر بالتناسب مع مهامها الخاصة.

إن شمول جمهور القراء هام جداً. ففي الولايات المتحدة إن مجلات البزنس فقط تصدر أكثر بخمس مرات من الصحف اليومية ذات الطابع العام. عدا ذلك، فلن إصدارات الأعمال توزع على المستوى القومي، وليس على المستوى الإقليمي أو المحلي كما هو الحال مع الصحف.

وبين الإصدارات "ذات الاهتمام العام" وبين الإصدارات لرجال الأعمال تقف المجالات (الفكرية) الذهنية كجناح خاص بعض الشيء وهي الموجهة إلى الصفوة التي تتخذ القرارات السياسية. وإن عدد نسخ هذه الإصدارات ليس كبيراً، لكنها غالباً ما تؤثر في الرأي العام بشكل غير مباشر، عن طريق القرارات التي يتخذها الزعماء.

إن الإصدارات الخاصة بالأعمال تتألف بخاصة من الدوريات العلمو-تقنية والمؤسسية والتجارية والمهنية العلمية العامة.

المجلات العلمو-تقنية غالباً ما توزع ليس فقط داخل البلاد بل خارج حدودها، والكثير منها لديه أقسامه أو مراسلوه في الخارج. ومكرسة لأوساط ضيقة نسبياً من الاختصاصين ولذلك يمكنها أن تعتمد بوضوح ودقة كاملة على حاجات جمهور القراء. وفي ظروف الثورة العلمو-تقنية يزداد عدد المهندسين التكنولوجيين بوتائر متسارعة وكذلك غيرهم من الاختصاصيين الأمر الذي يضاعف عدد القراء مثل هذه الإصدارات.

إن العمود الفقري لمثل هذه المجلات بالطبع يكون مكرساً للقضايا الخاصة حيث تصح النتائج العلمية أو الإنتاجية التي ترد في هذه المقالة أو تلك ويعد تصحيحها بدقة عالية وتطرح ويعلق عليها.

وإن حجم المنشورات بمواضيع اجتماعية وسياسية في الإصدارات العلمية - التقنية كبير وهام للغاية. إنها تضع نصب أعينها كل قضايا حياة المجتمع الهامة وتستخدم كل الأشكال والأساليب للتأثير في الجمهور. ولا يجوز إغفال الكلمات السياسية المفتوحة والعلنية التي توصل إلى القراء أفكار مؤلفيها ومواقفهم، كما يقال في شكلها النظيف.

إليك، مثلاً ما كتبه مجلة "سي تكنولوجي" : "إن الحربين، الحرب الكورية عام 1950-1953 التي بدأها الرئيس هاري ترومان وأنهاها الرئيس دوايت أيزنهاور، والحرب الفيتنامية من عام 1964 إلى 1973 والتي بدأها الرئيس ليندون جونسون وأنهاها الرئيس نيكسون قد نشبتا دون النظر الشكلي وموافقة

الكونغرس الأمر الذي أحدث صدى كبيراً في أوساط الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية".

ولاحقاً، وبالاعتماد على كلمة وزير الدفاع آنذاك داينبرغر بشير المجلة إلى أن الاستخدام غير الشرعي للقوات المسلحة الأمريكية يمكن أن يحدث ضرراً. إن الإصدارات الأمريكية في بعض الحالات تكون غير معنية بالتوزيع الكبير للدوريات العلمية والتكنولوجية. والقصة التالية خير دليل على ذلك.

لقد نشرت مجلة "إليكترونيك دايزين" افتتاحية تحت عنوان "اسمحوا لنا بلستعمال حرية المجتمع الحر في العلم والتكنولوجيا أيضاً" التي أدت إلى وصول رسائل كثيرة إلى هيئة التحرير. وجوهر هذه المقالة هو:

إن وزارة الخارجية الأمريكية لم تسمح لمجموعة من الخبراء الروس بالتعرف والاطلاع على نتائج بعض البحوث والدراسات غير السرية التي أجرتها جامعة ستيفورد. ورأت المجلة في هذه الخطوة الحكومية اغتيالاً لحقوق الأمريكيين وحرمانهم وأوردت الأمثلة التي تؤكد هذا الأمر. وهكذا، لقد دعا نائب مدير المخابرات المركزية الأمريكية الذي كان أميرالاً في ذلك الحين إنمين الوسط الاجتماعي العلمي إلى إرسال نموذج معين من الورق من أجل "الغريلة" المبدئية بهدف تقليص إمكانية وصول الخبراء الأجانب إلى البحوث السرية في المؤسسات الحكومية للنظر فيه. وكانت لهذه المقالة صفة النصيحة، ولكن الاستنتاج كان صحيحاً: "لا تملك أية أمة من الأمم احتكار العبقرية والإبداع في مجال العلم والتكنولوجيا كما يؤكد لنا التاريخ مراراً ومراراً. إننا أيضاً ننهل الكثير من السيل الحر للأنباء...".

وضغط على المجلة. وبالنتيجة نشرت فيها افتتاحية أخرى عن الموضوع نفسه، ووضع المحررون في المجلة التقرير بارتباك مشيرين إلى أنهم يؤيدون حق الجامعة في البحث ونشر المعارف، ومتى أيدوا حرية الكلمة، لا يخونوا البلاد ولا يبيعوا منجزاتها العلمية والتكنولوجية للأعداء.

وما يسمى بصحافة المصانع، مكانة ووزن كبير في صحافة الولايات المتحدة الأمريكية، وهذه الصحافة التي تصدر من قبل الشركات الصناعية الكبرى وتخصصها للعاملين فيها. وهناك ثلاثة اتجاهات للاتصالات في مجال الأعمال : من الأعلى إلى الأسفل، من المدير إلى المروؤوس، ومن الأسفل إلى الأعلى ، من المروؤوس إلى المدير. وأفقياً بين حلقات الإدارة المتوسطة بهدف تنسيق العمل الإنتاجي وتكاثف فريق العمل لصالح الشركة.

ويلعب الاتصال من الأعلى إلى الأسفل بخاصة دوراً كبيراً . إن رسائل الإدارة إلى العمال والملاحظات والتعليمات والدلائل والصحف والمجلات لمختلف فئات العمال والمستخدمين ، كل هذا والكثير غيره يسمح بالتأثير السريع في الرأي العام وتكوينه في الاتجاه الضروري.

إن صحف المصانع تصدر ، كقاعدة، مرة أو مرتين في الأسبوع وتكرس لبعض المصانع في الشركة المناسبة. وتصدر المجلات الإدارة المركزية للشركة. وتصدر مرة في الشهر والربع السنوي، وتعد حلقة ربط فريدة من نوعها بين العاملين في كل المصانع التابعة للشركة.

إن علماء الاجتماع وعلماء النفس الصناعيين ينصحون إصدارات المصانع بالتغطية الأوسع لتاريخ الشركة وتقاليد ها ولجغرافية التسويق لبضائعها وللوضع المالي ولحجوم النفقات الاجتماعية على احتياجات الكوادر . كما ينصحون

بإحداث أقسام خاصة للاستشارات حول مبادئ الدفع وحول تكنولوجيا الأمن وسياسة الانضباط وحقوق العمال بالتطابق مع التشريع العمالي الجاري والاتفاقات الجماعية وغيرها.

ويجب أن تكون لغة الإصدار دقيقة لا تسمح بثنائية المعاني أو بالإبهام، أما احتياطي الكلمات فيجب أن يتناسب ليس فقط مع قيم العامل، بل ومع قيم الشركة أيضاً. وينصح باستخدام كلمات "إضراب" المفهومة أكثر من قبل العمال من كلمة "تباطؤ العمل"، وكذلك يجب تجنب الكلمات غير المفهومة مثل "ريح الأسهم". والأفضل استخدام كلمة "شركة" الأقرب إلى العامل من "كوربوريش". لأن مع الأخير تنطبق صفة "القاسية" و "الأنانية" ولتعزيز الشحن الانفعالي ينصح باستعمال الضمير "أنتم" أثناء التعامل مع العمال عن سياسة الشركة تجنباً لمقابلتها.

وتستخدم ببراءة في الاتصالات من الأعلى إلى الأسفل الطريقة التباينية بالتعامل مع مختلف فئات العمال. وهكذا إن شركة "جنرال إلكتريك" تصدر نشرة مكرسة للعلاقات بين الكادر القيادي والعمال . إن مجلة البكتريك "فقط للإداريين"، ومجلة "EDN" تصدر بعنوان ثانٍ "للمحاسبين والإداريين في الصناعة حصراً" وإلى ما هنالك. والعديد من الإصدارات ترسل إلى العمال والمستخدمين إلى منازلهم مجاناً.

وينفذ الاتصال أفقياً من قبل كل الإصدارات الدورية في الشركة . ثم إن المواد المنشورة فيها تمجد تاريخ الشركة وتقاليدها، وهي عبارة عن قناة اتصال بين الخبراء في مسائل عقلنة الإنتاج والتعاون بين الشركات وداخلها (بالعلاقة بظروف توزيع الإصدار).

إن الصحافة النقابية الأمريكية نشأت مع الحركة النقابية ذاتها في النصف الأول من القرن التاسع عشر واكتسبت قوتها وانتشارها بسرعة. وزيادة عدد النسخ واتساع مجال توزيع الصحف النقابية والمجلات كانت مرتبطة مباشرة بتعزيز الحركة العمالية في البلاد. وكانت هذه الرابطة المتبادلة ملحوظة بخاصة إبان أوقات الانعطاف في الحركة العمالية الأمريكية أعوام الأزمات الاقتصادية والحروب.

وتعد النقابات العمالية قوة الطبقة العاملة لعدد كبير من الدول الوحيدة المنظمة ولها شعبيتها الكبيرة. ففي العالم يبلغ عدد أعضاء الاتحادات العالمية أكثر من 410 مليون عامل . وهي قوة هائلة. ولذلك بالذات ليس مدهشاً أبداً أن تكون محاولات مختلف القوى السياسية- من اليسار إلى اليمين- غير غريبة للحصول على دعم الحركة العمالية بشكل عام والصحافة العمالية بشكل خاص. وقد جرى في العقود الأخيرة باستمرار تسييس الصحافة العمالية. والسبب في ذلك كان أن مركز ثقل النشاط الاجتماعي ينتقل أكثر فأكثر إلى الحلبة السياسية. ولهذا نشأت أمام صحف الاتحادات النقابية ومجلات ها مهام جديدة، الأمر الذي بدوره أدى إلى أشكال جديدة لتوظيفها وحددت اتجاهات تطورها اللاحق.

وتمثل الصحافة النقابية لوحة موزاييك مثلها مثل كل الحركة النقابية الأمريكية إلى درجة كبيرة. وإن الجزء الأكبر من الصحافة لا يزال إصلاحياً. لكن بلقاهين واضحين: الفرع الأيمن من الصحافة النقابية يبرز، كقاعدة، من مواقع "الحداثة العملاقية، ويبحث عن الحل الوسط مع أصحاب العمل، والفرع الأيسر

لصحافة النقابية يسعى إلى توحيد الحركة العمالية مع النضال السياسي النشط دون الاكتفاء بالمطالب الاقتصادية.

إن لسان حال KNN-APT المجلة الشهرية "أمريكان فيديرشنيست" النظري الذي تأسس عام 1894 هو الممثل الأكثر وضوحاً لـ "الحدثة العملاقة". وفي عكس وتصوير قضايا السياسة الخارجية، إن هذا الإصدار يسير على خط دعم المبادرات الحكومية بغض النظر عن أي من الإدارات على رأس السلطة الجمهوريون أو الديمقراطيون.

إن عدداً من النقابات الفرعية غالباً جداً ما تكون في المعارضة للفئات الحاكمة. وهكذا كانت نقابة عمال الكهرباء في خضم العسكرة في النصف الأول من الثمانينيات، مثلاً تؤيد فكرة تحويل المخصصات العسكرية الكبيرة إلى أهداف سلمية، الأمر الذي سيؤدي إلى رفع مستوى المعيشة ويحدث أماكن عمل جديدة ويخفض نسبة الضرائب ويقلل من خطر نشوب الحرب"، وهذا ما صرح به رئيسه د. كاين.

وللصحافة النقابية المحلية وضع خاص. إن هذه الإصدارات تصدر بدوريات متنوعة وتوزيع متنوع، كقاعدة، في مجال الولاية أو المنطقة أو المدينة . وإن العديد من هذه الإصدارات يعتبر ألسنة حال الأقسام المحلية لـ Knn-ApT وتدعم بالكامل سياسة قيادتها.

ولأسف، إن الصحافة النقابية منذ زمن بعيد لم تعد لها الشهرة والشعبية العاليتان حتى لدى العمال المنظمين ، أعضاء الاتحادات العمالية. "لدينا العدد الكافي من الإثباتات غير المرضية كتب ل. كيركلاند في عام 1971، التي تشهد أن الصحافة العمالية تفقد أكثر فأكثر ويوماً بعد يوم تأثيرها، وأنها لا تستطيع

منافسة التلفزيون والصحافة التجارية الجماهيرية التي تكون مكتظة بها، بكل معنى الكلمة صناديق البريد.

وحسب معطيات رسمية قدمتها اتحادات العمال، لقد قرأت الصحافة النقابية في تلك الأعوام نسبة 25% فقط من العمال المنظمين البالغين أكثر من 30 عاماً من العمر، ونسبة 50% من العاملين البالغين من العمر أكثر من أربعين عاماً. وانتهجت إدارة الرئيس رونالد ريغان في الثمانينيات سياسة تفريق الاتحادات العمالية من حيث الجوهر. وهكذا، لقد حل اتحاد عمال المطارات، وتقلص عدد الاتحادات العمالية إبان إدارة ريغان إلى الربع تقريباً.

وحدثت إعادة توجيه القراء من الصحافة النقابية إلى صحافة "المصانع". ومست عملية التسييس، مثلاً، الصحيفة كثيرة النسخ "فورد ووركير" ، وصحيفة "بورتلايت" التي توزع في أوساط عمال الموانئ في نيويورك، وصحيفة "سباركلاك" (مصانع صناعة السيارات لشركة جنرال موتورز) وغيرها من الإصدارات.

إضافة إلى الأموال الآتية من الاتحادات العمالية ونقاباتها ، تحول لتمويل الصحافة العمالية أحياناً وبطرق متنوعة ومختلفة المخصصات الحكومية والأموال من مختلف الصناديق الخيرية. وتصل الأموال مثلاً، من صندوق دعم الديمقراطية الذي أسس بمبادرة من رونالد ريغان. وحول هذا الرئيس أول اشتراك د. Knn- ApT "لتمويل الولايات المتحدة للصراع الإيديولوجي المفتوح الذي تخوضه المؤسسات الأمريكية الخاصة مع الشيوعية السوفيتية وبلغ هذا الاشتراك أحد عشر مليون دولار.

إن الصحافة النقابية (العمالية) تفقد باستمرار قوتها السابقة، لكنها لا تزال حتى الآن أداة فاعلة للغاية في مجال تشكيل الرأي العام، خاصة في أوساط العمل والمستخدمين، أعضاء الاتحادات النقابية.

إن الولايات المتحدة الأمريكية تملك أكبر صحافة عسكرية وأقدرها. إن كل إصدار دوري رقم عشرين، بما في ذلك كل جريدة رقم عشرين تعود إلى النموذج العسكري. وتصدر عموماً في البلاد أكثر من ألف وخمسمئة مطبوعة عسكرية. وإن قوات المشاة فقط في الثمانينيات أصدرت أكثر من مئة مجلة، والأسطول البحري 127 مجلة، والقوى الجوية 166 مجلة. وأصدر البننتانون مباشرة 22 مجلة، سبع منها وزعت على جميع أنواع القوات المسلحة. وأصدرت وزارة الجيش (الدفاع) 13 مجلة، ووزارة الأسطول البحري وفيلق المشاة البحرية أصدرت 27، ووزارة القوات الجوية أصدرت 38 مجلة. وإن عدداً كبيراً من المجلات يصدر من قبل الجمعيات شبه العسكرية المختلفة والروابط والمجموعات. وخصصت حوالي خمسين مجلة للمحاربين القداماء. وحتى المرتزقة العسكريين لديهم مجلاتهم... عدا ذلك تصدر في الولايات المتحدة الأمريكية أعداد كثيرة من الصحف العسكرية وهي ما يسمى بالصحافة الميدانية بمجموع عدد نسخ نسخة لكل 2-3 جنود. وقد طبعت أكثر من مئة صحيفة منذ مدة قصيرة فقط للجيش الأمريكية في أوروبا. وأكبر الصحف العسكرية الرسمية في الولايات المتحدة هي صحيفة "ستارز إنديسترياليس" التي تصدر بعدد كبير من النسخ وتوزع في عشرات الدول. وكان قد أعلن أنه من المتوقع إغلاق عدد من الصحف والمجلات العسكرية، كي يتم تقليص عددها الكبير جداً. لكن، عدا الترميم، لم يتم أي شيء. وبالنتيجة إن إعادة تنظيم كمية الإصدارات العسكرية... ازدادت.

والآن هناك 1900 إصدار دوري (دورية) تحت سيطرة العسكريين الأمريكيين بما فيها 366 مجلة و 1038 جريدة يصل عدد نسخها لمرة واحدة إلى 12 مليون نسخة، وأكثر من 300 محطة إذاعية وتلفزيونية، وعدد من الاستوديوهات السينمائية التي تنتج سنوياً 1100 فيلم سينمائي.

وفي أوروبا فقط تملك الجيوش الأمريكية هناك ثلاثة استوديوهات تلفزيونية و 131 محطة بث تبث 115 ساعة في الأسبوع. وهناك 44 محطة إذاعية ترسل برامجها خصوصاً للوحدات الأمريكية في أوروبا، أما عدد أسماء الصحف الصادرة هناك فقد ازداد ليصل إلى 120 جريدة.

إن أجهزة تحرير الإصدارات الأهلية الخالصة تشكل في ملاكها الصحفيين الذين في مجال المواضيع العسكرية حصراً. وإن أكبر الإصدارات قد أفرزت مثليين خاصين من أجل التواصل مع وزارة الدفاع وغيرها من المؤسسات القوية. وإن الخدمات الدعائية في البينتاغون وأنواع القوات المسلحة تزود بانتظام الإصدارات الجماهيرية بالمواضيع النظرية الموجهة. فالجيش فقط يقدم هذه المواد بانتظام لـ 1700 إصدار يومي ولـ 8300 مطبوعة شهرية.

إن كل هذه المواد الدعائية تستخدم بكل قوة للمعالجة الإيديولوجية المكثفة للجنود والسكان المدنيين، وللدعاية "لدور القوات المسلحة الأمريكية الذي تقوم به في الخارج في مجال حفظ السلام".

إن خدمة الإعلام وأقسام "العلاقات العامة" تستخدم على نطاق واسع الصحافة إضافة إلى الإذاعة والتلفزيون لخدمة أهدافها ، وفي المقدمة لعرض الإعلانات. وفي المنشورات من هذا النوع من الحرب والعمليات التي تشارك فيها القوات المسلحة الأمريكية تمثل لتحقيق الفائدة حصراً. لهذا الهدف غالباً ما تنشر

وتبث تحقيقات تاريخية متنوعة تتحدث عن الحرب في سبيل الاستقلال، وريبورتاجات من مختلف المتاحف وتقارير عن الأمسيات الخيرية وعن أعمال أخرى تقام بمشاركة ممثلين عن الجيش والطيران والأسطول البحري والحرس القومي. وليس نادراً ما تظهر على صفحات الإصدارات العسكرية صور لأقارب الجنود بلباس إعلان لهذا النوع أو ذاك من القوات والسفن والوحدات العسكرية، وصور للمشاركين في العروض العسكرية والمظاهرات دعماً لعمليات القوات المسلحة الأمريكية ولأناس يحملون اللافتات والشعارات التي تتحدث عن تعاطفهم مع الجيش والقوات الجوية والبحرية.

إن "الدعاية الاجتماعية" المصحوبة بالاستخدام الواسع لمختلف الرموز تسمح بتحقيق نتائج جيدة كافية وتجذب اهتمام الجنود برفع سوية عملهم ونوعيته وفاعليته. وهكذا، وبهدف التأسيس والحفاظ على شموخ البحارة الغواصين (بخاصة طواقم الغواصات النووية) لقاء خدمتهم في الأسطول البحري فقد أحدثت علامة خاصة هي الدلفين الفضي. مقابل كل دورية تضاف نجمة برونزية إلى الدلفين. ومقابل خمس دوريات تضاف نجمة فضية. وفي حال الطيران إن الطيارين يناضلون في سبيل حق تسمية "قائد وحدة". إن هذه الرتبة تقدم أو تمنح لمن قام بأكثر من عملية هبوط على سطح حاملة الطائرات. هذه أمثلة فردية على نظام استخدام الرموز المتشعب وغير المؤجل في سبيل الحفاظ على السمعة الإيجابية للأسطول البحري.

إن الصحافة العسكرية حلقة من حلقات الآلة الدعائية للبتاغون ويجب النظر إلى توظيفها في سياق نشاط البنى السياسية الإيديولوجية .

وإن اللقاءات مع ممثلي الصحافة والإذاعة والتلفزيون، ومساعدة الصحفيين في الإعداد لكتابة المواضيع عن حياة القوات المسلحة هي لمسة من اللمسات الصغيرة في نشاط ضباط خدمة الإعلام.

لننظر في المسائل التي تحلها الخدمة نأخذ مثلاً المسرح الأطلسي لأسطول الولايات المتحدة. يعمل في المسرح الأطلسي للأسطول الأمريكي شعبة خدمة الإعلام، وفي الأسطول الثاني والسادس تعمل الشعب، وفي أساطيل التدخل السريع تعمل الأقسام، وفي جماعات التدخل السريع يعمل ضباط خدمة الإعلام، وفي السفن يعمل مساعدون من خارج الملاك في مجال إعلام الملاك الخاص.

إن خدمة الإعلام تحل المسائل التالية. أولاً، تعد وتوزع المواد الدعائية، بما فيها كتب دراسة فصلية منهجية في مجال التوجه الإيديولوجي، ونشرات إخبارية لمختلف أنواع الملاك، و تخبثو كلمات الشخصيات الرسمية وخطب ها، وتحضر الكلمة لمدة عشرين دقيقة لإلقائها أمام الجماهير العسكرية والمدنية. وثانياً، تتابع تنفيذ برامج التأثير الإيديولوجي على الملاك الخاص. وثالثاً، تعد التوصيات في مجال رفع فاعلية التأثير في الجنود. ورابعاً، تدرس إمكانية دعاية الخصم وتصنع الطرق المناسبة لمواجهتها.

إن إعلام الضباط عن المسائل السياسية والعسكرية الحيوية وعرض مختلف أنواع المنشورات يتمان في نظام إعلام القادة.

ويعطي قادة الوحدات دروساً مرة واحدة في الأسبوع للبحارة والعرفاء. وتلعب الكنيسة دوراً هاماً في حياة الثكنات الأمريكية. فتأثيرها في الملاك الخاص للقوات المسلحة من الصعب تقديره.

مرة واحدة في الأسبوع وفي جميع حاميات الجيش الأمريكي وفي السفن الحربية وفي قطعات القوات الجوية ينكس العلم الوطني ويرفع فوقه علم الكنيسة الأزرق الذي يظهر عليه الصليب الأبيض. وتبدأ "ساعة الصلاة". ويذكر القديسون العسكريون خلال مواعظهم باستمرار رعاياهم بـ : "الواجب المقدس" للقوات المسلحة الأمريكية. ويعيرون المسائل المرتبطة مباشرة بسلوك الجنود وصفاتهم الروحية اهتماماً خاصاً. إلى جانب قراءة المواعظ يقيم المصلون أيام الآحاد جلسات لدراسة الإنجيل. ويشاركون أيضاً في جميع التدابير الجماهيرية التي تقام على متن السفن وفي القطعات والوحدات، ويدرسون أمزجة التشكيلات الخاصة ويزورون المرضى في المشافي وأسر الجنود ويبلغون القيادة عن الظواهر السلبية والأمزجة غير المريحة في أوساط الجنود والرقباء.

إن "الجنود المسيحيين" في القوات المسلحة الأمريكية كثيرون العدد. ولدى المصلين مجلتهم أيضاً -"ميليتراري تشيبلين".

عند تنظيم وقت الفراغ لدى الجنود يعمل القادة والمصلون والضباط في خدمة الإعلام وغيرهم من الشخصيات المهمة بشكل منسق ساعين إلى ان يكون وقت الراحة مليئاً إيديولوجياً. عادة تعرض في دور السينما وعلى شاشة التلفزيون أفلام مسلية ذات طابع عسكري وطني تتصف بالوثائقية. وأحدثت على مستوى عال من المهنية أفلام لها تأثيرها القوي على المشاهدين. وتنتج هذه الأفلام عادة الشركات الرائدة في هوليوود بالتعاون مع البنتاغون. وتوظف المؤسسة العسكرية أحياناً جزءاً معيناً من الأموال في إنتاج لوحة تجارية تهمها. وتوجد في المعسكرات الأمريكية رقابة خفية لكنها شديدة للغاية على الحفلات والأفلام ومختلف أنواع

الأدبيات. وبغض النظر عن الديمقراطية الظاهرية إن أي رأي مخالف يقطع بحزم.

ويعار اهتمام كبير في الولايات المتحدة للعمل التربوي في الوسط العسكري وخاصة في قطاعات الأسطول البحري الأمريكي. إليكم، مثلاً، كيف يقوم هذا العمل على متن حاملة الطائرات النووية "تشيستر واي. نيمتس".

إن النبرة يعطيها ممثلو الأوساط اليمينية في القيادة العسكرية في الولايات المتحدة الأمريكية الذين يزورونها بانتظام بدءاً من عام 1975، عندما دخلت حاملة الطائرات الخدمة، ولقد زارها أعضاء الكونغرس ورجال سياسة وحرب.

ويقوم بالتنظيم والقيام بالتدابير التربوية مباشرة ضباط من الملاك متخصصون بالإعلام ومضليون وضابط يعمل في مجال تنظيم أوقات الفراغ وعدد من المستشارين من خارج الملاك ورجال دعاية وغيرهم.

واتخذت عدة إجراءات قمعية ضد "الأحاديث السياسية" على متن حاملة الطائرات، من بينها، سنة سجن، ومخالفة 5000 دولار أو التسريح التعسفي من الخدمة.

إن الأكثرية الساحقة من بحارة حاملة الطائرة تؤمن بـ "استثنائية كل شيء أمريكي وبتفوق الديمقراطية الغربية ويحتقرون ممثلي الدول الأخرى والشعوب الأخرى. هذا مؤشر فاعلية التأثير الإيديولوجي في الجنود.

وتصدر على متن الحاملة الصحيفة اليومية "نيميتس نيوز"، التي تنشر على صفحاتها، كقاعدة، أنباء مختارة خصيصاً يتم إستقبالها عن طريق فيلنيت من وكالات الأنباء الأمريكية . وتنشر في الجريدة مواضيع تتحدث عن الحياة في السفن وزوايا فكاوية وغيرها. وتصل كميات كبيرة من الكتب إلى متن حاملة

الطائرات بانتظام إضافة إلى النشرات والكراسات والصحف والمجلات. وإن الجزء الأكبر من كتب مكتبة السفينة هي كتب بوليسية وسياسية.

لدى حاملة الطائرات "نيميتس" محطات إذاعة وتلفزيون مجهزة بأحدث الأجهزة قيمتها تزيد على مليوني دولار. وهذا ما يسمح بالاستخدام الواسع للبرامج الإذاعية والتلفزيونية القادمة من المحطات الغربية من الشواطئ والأقلام وتسجيلات البرامج وتقديم برامج السفينة.

إن مصلي "نيميتس" يقيمون علاقات وثيقة جداً مع الجماعات الدينية من نورفولك وعدد من الموانئ الأوربية الغربية، وغالباً ما يقيمون معهم تدابير متنوعة موجهة إلى تربية أعضاء الطاقم الدينية.

ولقد أسس في نورفولك ناد لنساء الضباط في حاملة الطائرات وناد لنساء البحارة وضباط صف السفينة الأمر الذي سمح بالتأثير كذلك في أفراد عائلات الجنود.

وكان وقت فراغ الطاقم يخطط له ويوجه وكان يتابع ذلك بالدرجة الأولى ضابط تنظيم وقت الفراغ وأسست على متن حاملة الطائرات مختلف الحلقات والفرق والنوادي الرياضية. وفريق السلة في السفينة "بيراني" واحد من أفضل الفرق في نورفولك.

لكن اللوحة لن تكون كاملة إن لم نتحدث عن التأثير في الصحافة، صحافة "رابطة المخابرات" الأمريكية. فكما هو معروف إن المخابرات المركزية الأمريكية ومكتب التحقيقات الفيدرالي ومكتب الأمن القومي ومكتب المخابرات الفيدرالية وغيرها من مكاتب المخابرات والأمن تقيم أمتن العلاقات مع الصحافة وتستخدم الصحفيين للقيام بأكثر العمليات سرية.

وإن تحدثنا عن مواضيع الصحافة المكرسة لعمل رجال المخابرات الأمريكية، فإننا يمكن أن نصادف هنا كل شيء: من الأعمال الجديدة والعميقة المعقدة حتى الروايات البوليسية الهابطة التي تمجد مغامرات أشباه جيمس بوند المعاصرين.

وتستخدم المخابرات الأمريكية خدمات عدد من المؤسسات منها، مثلاً، دور النشر "براغير" و "بيدفورد" و "ماكفرو" هيل بابليشينغ كومباني" و مختلف إصدارات المغتربين وعشرات الدوريات والمحطات الإذاعية في جميع القارات.

"لا وجود للأسرار بعد الآن". يمكن سماع هذه العبارة كثيراً جداً من السياسيين ورجال الأعمال والأشخاص العاديين. بالفعل عن أية أسرار يمكن أن نتحدث إن كانت المخابرات المركزية الأمريكية لم تستطع منذ سنين التغلب على سيل المعلومات المفتوح ذي الأهمية الاستخبارية. وكل هذه المعضلة يستخدم موظفو هذه المؤسسة الشهيرة شبكة المعلومات النشطة جداً عبر العالم والمؤلفة من مصادر مكشوفة من OSIS إلا أن قدرة هذه الشبكة لا تستخدم بالكامل. لذلك فإلى الولايات المتحدة منذ الأول من آب عام 1997 أعطت إمكانية استخدام هذه الشبكة لكل من أستراليا وكندا وبريطانيا وبعض الدول الاسكندنافية. ومن المتوقع زيادة عدد مستخدمي هذه الشبكة لصالح إسرائيل ، والاعتماد عليها في الحصول على معلومات إضافية. إضافة إلى أنه حسب رأي مدير برنامج المصادر المفتوحة الدكتور ماركو فيتش، فإلى حقيقة جمع المعلومات غير السرية في أي بلد من البلدان لا يجوز أن يكون حجة أو مبرراً للقلق، وعلى الأرجح موضوع فخر.

منذ مدة قصيرة تسربت أنباء إلى الصحافة المفتوحة أن وكالة الأمن القومي في الولايات المتحدة (Ahb) تسجل كل المكالمات الهاتفية في الدول التي تهم

(Ahb) وبما أنها غير قادرة على "ترشيح" هذه المعلومات تبقى تحليلها التفصيلي إلى المستقبل عندما تسمح فيه الإمكانيات التكنولوجية بالقيام بذلك.

إن الجري وراء الأسرار الغربية يصبح أكثر فأكثر عملاً مهنيًا. ويجند فيه العاملون السابقون في الشرطة والمخابرات الذين يعملون غالباً تحت "سقف" البوليسيات الخاصة. إن البوليس الحديث الخاص يمكن أن يحصل على إمكانية الوصول إلى أي نوع من المعلومات عملياً. وأحد ممثلي هذه المهنة الذي طلب عدم ذكر اسمه قال: "إن توفرت لدينا كمية كافية من المال نستطيع التوصل إلى كل شيء نريد". وقال آخر: "لم أسمع أبداً عن الوثيقة التي لم أستطع الحصول عليها، إن حاولت". وبدا أن لا أحداً من رجال هذه المهنة البوليسية الذي استطاعت آراؤهم لا يعطي أهمية للمحظورات في مجال الكشف عن المعلومات. وشرحوا، لماذا لا توجد معلومات يستحيل الوصول إليها بالنسبة لهم. إن كل شيء مبني على الاتصالات. وبالدرجة الأولى مع المستخدمين السابقين الذين تشكل منهم السلاسل التي عند مراجعتها يمكن إيجاد المصدر الضروري للمعلومات. من الناحية الموضوعية إنه رجل بوليس خاص يتم الاتفاق معه.

إن عدم المساس بالحياة الخاصة بعد الهجمات الإرهابية في الولايات المتحدة الأمريكية في الحادي عشر من أيلول عام 2001 أصبح وهماً، لأن العديد من المحظورات على نشاط أجهزة المخابرات قد رفعت.

ويلجأ رجال الأمن إلى جمع "التشهيرات" والولوج إلى أسرار الآخرين في تلك الحالة عندما تصبح الغاية تبرر الوسيلة. أما الأشكال والأساليب والوسائل عندئذ تكون مرتبطة بالمهمة المحددة.

إن الصحافة الدينية تؤثر تأثيراً كبيراً على عقائد وعقول الناس. إن تحدثنا عن الولايات المتحدة الأمريكية، فهنا الصحافة الكنائسية تحتل مواقع ثابتة تقليدياً. فإن الأدب الأمريكي ذاته قد بدأ من نشر الكتب ذات المحتويات الدينية. ففي أوائل القرن العشرين صدر على أراضي الولايات المتحدة الأمريكية 952 إصدار دوري بمحتويات ومضامين روحية - أخلاقية ودينية في الغالب.

إن الولايات المتحدة الأمريكية بلد متعدد الديانات والمعتقدات. فيها تتمثل عملياً العقائد الدينية الموجودة في العالم. ويربطون ذلك عادة بأن أكثرية السكان من أصول مهاجرة أو أحفاد المهاجرين الذي جاؤوا إلى البلاد من عشرات الدول. وإن حرية الوجدان و الضمير الموجودة والمتوفرة في البلاد سمحت للعديد من هؤلاء بالحفاظ على قناعاتهم الدينية.

وهنا أكثر من 100 كنيسة مختلفة لكل واحدة منها يتبع أكثر من خمسين ألف شخص وبشكل عام في الولايات المتحدة أكثر من 140 مليون من رعايا الأبرشيات، وعشرات الكنائس قليلة العدد التي يبلغ - تابعوها - في مجمله م حوالي مليوني تابع.

وإن أكبر الاتجاهات الدينية هي البروتستانتية - حوالي 79 مليون، والكاثوليكية - حوالي 52 مليون، واليهودية 5.8 مليون والأرثوذكسية وغيرها من الكنائس الشرقية - حوالي 4 مليون، والكاثوليكيون القدماء - حوالي المليون، والبوذيون - حوالي 100 ألف.

وإن تحدثنا عن التيارات العديدة المتنوعة داخل هذه الاتجاهات الأساسية، فإن أكبر كنيسة بين الكنائس البروتستانتية هي اتفاق بابتيا الجنوبي - 14.3 مليون تابع. وإن القسط الأكبر من السكان السود (الزنج) يعدون أنفسهم في اتفاق بابتيا

الوطني للولايات المتحدة الذي يعد 5.5 مليون تابع. وبمشاركة نشطة من المناضل في سبيل حقوق السكان السود مارتين لوثر كينغ تأسست عام 1961 المعاهدة الوطنية التقدمية البابتية التي يزيد عدد أعضائها على المليون شخص. إن كنيسة ليوثر في أمريكا تعد 2.9 مليون تابع. ويؤيد 2.6 مليون شخص كنيسة ليوثر - سينووس ميسوري، وكنيسة برسبيت في الولايات المتحدة تعد 3 ملايين، ويبلغ عدد تابعي اليوم السابع 640 ألف شخص.

وإن الجماعات الدينية تشكل طوائف متنوعة قليلة العدد. وهكذا فإن الكنيسة المسيحية الحرة الصهيونية تعد فقط 100 ألف شخص والكنيسة الليبرالية الكاثوليكية 200 ألف شخص، و"جسد المسيح" 1000 ألف شخص، وفريق البعثة الإنجيلية حوالي 160 ألف شخص، والكنيسة البدائية للرب الحي والعامود وإثبات الحقيقة، أو كنيسة الرب التي توحد بين اليهود والسود 400 شخص.

وقد لوحظ في الأعوام الأخيرة توجه إلى تخفيض الوزن النوعي للبروتستانتية وسط كل جماهير المؤمنين. وفي الوقت نفسه إن أكثر من 90% من الأمريكيين يجيبون على السؤال : "هل تعتقدون بالرب؟" بالإيجاب. ويزورون الكنيسة بانتظام. وكلما تقدم السن ارتفع مؤشر ارتياد الكنائس بالنسبة للأعمار فمن 18-29 سنة 62%، ومن 30-49 عاماً 69%، ومن 50 عاماً وما فوق 78% زاروا الكنيسة في الأيام السبعة الأخيرة.

وإن الأسئلة الأكثر دقة تؤدي إلى النتائج التالية. بين الأمريكيين البالغين يؤمن بوجود ملكوت السموات 67%، أي أنهم لا يشككون في وجود الحياة الآخرة. ونسبة 88% من عدد المؤمنين يعتقدون أن هبعد وفاتهم الجسدية في الأرض تنتظرهم بوابة الجنة المفتوحة التي سيدخلونها. وإن الدين يؤثر أكثر من غيره

بكثير في تكوين شخصية الطفل حسب رأي الذين استطلعت آراؤهم. إن وجهة النظر هذه تؤيدها نسبة 30% من الرجال و 41% من النساء. إضافة إلى أن "المدارس الجيدة" جمعت 25 و 19% على التوالي.

من الواضح أن الإيمان يجب أن يجد التعبير عنه في الصحافة أيضاً. إن كل المعتقدات لديها صحفها ومجلاتها وإذاعاتها ومحطات تلفزيون تابعة لها. وإن نشاطها، بالطبع، موجه إلى الحفاظ على إيمان السكان بأي شكل وبعثه. وإن الصحيفة الأكبر المالية رسمياً للمؤمنين هي الصحيفة التي تأسست عام 1908 "كريستشين ساينس مونيتور". وتصدر هذه الجريدة في بوسطن من قبل "جمعية العلوم المسيحية". ويلعب رؤساء تحريرها تقليدياً دوراً هاماً في الأوساط الاجتماعية السياسية في الولايات المتحدة الأمريكية. وإن أحد محرري الجريدة أرفين كانهام كان ممثلاً للرابطة الأمريكية لمحربي الصحف ورئيساً للجنة الاستشارية التابعة لرئيس الولايات المتحدة بمسائل الأعلام ورئيساً لغرفة التجارة. تصدر الجريدة بثلاثة إصدارات "الأطلسي والمحيط الهادي والمركزي". وبيع في بوسطن جزء بسيط منها. وتوزع هذه الجريدة في جميع أنحاء البلاد وحتى في الخارج.

وبالرغم من أن جريدة "كريستشين ساينس مونيتور" تعتبر رسمياً جريدة دينية، لكنها في حقيقة الأمر جريدة علمانية تماماً. إن صفحة واحدة فقط منها مكرسة للمواضيع الدينية، والأصح لخدمة أهداف جمعية العلوم المسيحية". إن الطوائف الدينية لديها قواعد مالية متنوعة، لذلك فإن الملكية الرسمية لوسائل الإعلام الجماهيري ليست متشابهة لديها. مثلاً. إن الكنيسة الموحدة "مونا" التي لديها فروعها في 130 دولة في العالم تصدر جريدة يومية ذات اتجاه يمني

متطرف"واشنطن تايمز" كانت قد تأسست من قبل الداعية الكوري الجنوبي مون سين ميون عام 1982 وتصدر في واشنطن بعدد نسخ يصل إلى مئة ألف نسخة. إن طوائف دينية أخرى لا تملك هذه الإمكانات، إلا أنها هي أيضاً تحاول أن تمارس البزنس الصحفي.

وهكذا، تصدر في نيويورك المجلة الأسبوعية "أمريكا" الكاثوليكية اليمينية المتطرفة. ويبلغ عدد نسخها حوالي 38 ألف نسخة. إلى جانب المواضيع الدينية تغطي المجلة القضايا الاجتماعية- السياسية الأكثر أهمية.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا ضرورة لإصدار صحف ومجلات كنائسية متخصصة ضيقة في الولايات المتحدة، فالدوريات السياسية العامة تخصص مكاناً كبيراً للمواضيع الدينية. بما أن آفاق نشاط الإصدارات الكنائسية البحتة محدود إلى درجة ما، فإن انتشار الأفكار الدينية وحتى المذاهب الاجتماعية- السياسية للكنيسة تصبح فاعلة أكثر عن طريق الإصدارات العلمانية بالذات.

وبشكل أساسي إن المواد المرتبطة بهذا الشكل أو ذاك بالموضوع الديني تتمركز في الأبواب الخاصة الموجودة عملياً في كل الصحف والمجلات. وعادة يعد هذه الأبواب مهنيون خبيرون يتمتعون بمعارف دينية ولاهوتية. وأقيمت روابط متينة مع المكاتب الإعلامية لمختلف المؤسسات الدينية التي تمثل الروحانيات. وإن المواد العامة وبخاصة ذات الطابع السياسي مليئة بالتعبير الدينية.

و"مخافة الله" لدى الرئيس الأسبق للولايات المتحدة الأمريكية رونالد ريغان معروفة للجميع. وبسبب استشهادة بالإنجيل سواء كان استشهادة في مكانه أو في غير مكانه أطلق عليه الصحفيون اسم البابا بولس الأول.

وقد كان ريغان قد أخبر الصحفيين أنه قبل أن يعطي الأوامر للسفن الأمريكية بقصف بيروت قرأ الإنجيل، أعادة القراءة وبانتباه خاص في شرح أرماغيدون. وتقاسم هذه الأفكار أيضاً مع أحد قادة اللوبي الصهيوني في البيت الأبيض.

وكتبت جريدة "نيويورك تايمز" عندما يعلن السياسي أن الرب يبارك برنامجه يصبح ذلك خطراً... و إن كان شيء ما في النظام الأمريكي غير قانوني فهو استخدام البلاغة الدينية في الترويج والدعاية للبرنامج السياسي. والظاهرة المدهشة في الواقع الأمريكي أصبحت الظاهرة التي تحتل اسم "الكنيسة الإلكترونية". ويعتبر روبرت روبرتز الإنجيلي مؤسساً لها. وهو أول من استعمل استوديو التلفزيون كأيقونة.

وصرح ذات مرة وعلى الهواء مباشرة لمشاهديه الـ 800 ألف، بلّغه إذا لم يجمع في الوقت المحدد (هذا الوقت كان الأول من نيسان) ثمانية ملايين دولار تبرعات، فإن الرب سوف يأخذه إليه. وكى لا يصبح المشاهدون سبباً في النهاية المبكرة لداعتهم المحبوب كان عليهم التبرع.

والدعاية التلفزيوني الآخر جيي سوغارت ذهب إلى أبعد من ذلك . وأصبح يدعو إلى تقديم التضحيات ليس فقط عن طريق التلفزيون، بل عن طريق شبكات الكمبيوتر الخاصة. وكان الدخل اليومي لسوغارت قد شكل 400 ألف دولار.

إن النمو العاصف "للكنيسة الإلكترونية" كان قد بدأ في السبعينات. واكتسب الدعاة حبري فولوايلوجيمي بيكير وبوبرت شولر شهرة واسعة. وينتمي دعاة "الكنيسة الإلكترونية" على الأغلب إلى ما يسمى بالأصولية اليمينية. وجمهورهم ملايين الأمريكيين.

إلا أن ضربة قوية وجهت في الثمانينات إلى سمعة "الكنيسة الإلكترونية" من قبل الدعاة أنفسهم. والقضية كانت أن الركض وراء الربح الباهظ جعلهم يخلون معركة قاتلة بعضهم مع البعض الآخر. ويكون الضحية الكبرى الأولى جيمس بيكر. وإحدى المفاجآت في حياة الداعية الشخصية كانت المكيدة المدبرة مع سكرتيرة أبرشية لونغ أيدليند (نيويورك) البالغة الثالثة عشرة من العمر جيسكا هان. وقد ظل ذلك سراً، لكن بعد مضي بضع سنوات حصل سوغارت من الصحفيين على إثبات قاطع على فجور زميله في ميامي. وكان على بيكر أن يضحي بـ 265 ألف دولار في سبيل صمت الفاتنة وحمايتها، لكن القصة طفت على السطح. وعزل سوغارت بيكر مع رذيلته ووضع خطة الاستيلاء على التلفزيون الكنسي التابع لمنافسه. لكن فوراً.. استأجر القسيس مارفين غورمان الذي أفقره سوغارت في ذلك الحين رجال تحر خاصين ألقوا القبض على سوغارت بلذنب نفسه. وبما أن مارفين غورغان كان أيضاً مهتماً بالخيانة الزوجية حاول سوغارت الاعتراف علناً وبذلك يحصل على عفو القساوسة الرعية. لكن مولوال الذي حاول الاستيلاء على شركة التلفزيون بي تي إل العائدة إلى بيكر والتي تدر سنوياً 129 مليون دولار من الأرباح دخل المعركة. و كانت "جيم وتيمي بيكر" المسرحية الأسبوعية، قد بثت بواسطة التلفزيون الأرضي إلى 13 مليون منزل. وأعلن بيكر بالنتيجة أن "فولوايل" عدوه اللدود الذي سرق منه بي تي إل وجواب فولوايل لم يتأخر، إذ أعلن: "إما لدى بيكر ذاكرة سيئة إما أنه رجل غير نزيه، إما أنه مريض نفسياً". عدا ذلك، أضاف قائلاً إن لديه إثباتات وثائقية وكأن بيكر منحرف جنسياً. ولم يلاحظ الدعاة بسبب غبار الفضيحة أنهم أضروا كثيراً بالكنيسة الإلكترونية التي أضحت عائدتها تهبط بحدة في الولايات المتحدة.

عندئذ حول الدعاة نشاطاتهم إلى ما وراء المحيط، وبخاصة روسيا. إن العاملين في المطبوعات الدينية يتوحدون في جمعيات مختلفة وروابط متنوعة، بما فيها ذات الطابع النقابي. لناخذ على سبيل المثال، الصحفيين الكاثوليكين. إنهم يتوحدون في الاتحاد الدولي للصحافة الكاثوليكية الذي تأسس عام 1935. ويضم هذا الاتحاد الفيدرالية الدولية للصحفيين الكاثوليكين (تأسست عام 1926)، واللجنة الدولية الدائمة للمحررين الرؤساء في الصحافة الكاثوليكية (تأسست عام 1928)، والفيدرالية الكاثوليكية للوكالات الصحفية (عام 1950) وغيرها. وأسست التابعة للمقامات العالية في الكنيسة الكاثوليكية لمقدمات كي تنفذ قيادة الصحافة الكاثوليكية من الفاتيكان. وهكذا فإن المؤسسة الكنائسية "العمل الكاثوليكي" أسست في إيطاليا فقط المطبوعات "كوتيديانو" و"أفينيري دي إيطاليا" و"إيطاليا" و"توفو تشيتادينو" و"أوردني" و"أفيرنيري بادانو" و"إكودي بيرغامو" وغيرها من المطبوعات. والمطبوعات الكاثوليكية موجودة في أكثرية بلدان العالم. ففي بريطانيا تصدر "كاثوليك هيرالد"، وفي ترينيداد وتوباكو "كاثوليك نيوز" وغايانا "كاثوليك ستاندارت" وفي هنغاريا "كاثوليكوش سو" والولايات المتحدة "كاثوليك دايجست" وغيرها.

وفي عيد الفصح عام 1997 ظهر على شبكة الإنترنت سايت مكرس للكنيسة الكاثوليكية. وكان ذلك مفاجأة مثيرة. وخلال مدة قصيرة ظهر للاتصال مع سايت الفاتيكان حوالي ثلاثة ملايين شخص. ما الذي جذب هذا الساييت إلى الشبكة "سكان المعمورة الإلكترونية بالدرجة الأولى مضمونة. إن الفاتيكان الممثل يقترح على الشبكة استخدام سيرة حياة آخر ثلاثة بابوات روما، وكل الرسائل البابوية وأرشيف الفاتيكان والراوية الإلكترونية للمتاحف الفاتيكانية وقناة برامج

راديو الفاتيكان وأيضاً تعاليم أصول المذهب الكاثوليكي. وتقدم المعلومات باللغات الإيطالية والإنكليزية والفرنسية والإسبانية والألمانية. ويتم الإعداد لإدخال "ذلك" باللغة العربية والصينية.

وثلاثة كمبيوترات أعطيت أسماء ثلاثة ملائكة "رفائيل، يتضمن كل المعلومات، و"جبرائيل" يمارس معالجة الرسائل القادمة و"ميخائيل" الذي يتكفل بتعطيل عمل فيروسات الكمبيوتر، تقوم على عملية تخديم السايبر الفاتيكانية في الإنترنت.

وعموماً إن الصحافة الدينية تمثل قوة هائلة. والتباين والتخصص في الصحافة يسمحان برفع مستوى فاعلية وتأثير ما تقدمه الصحافة والإذاعة والتلفزيون وباستخدام الوسائل المتاحة بفاعلية قصوى.

5- التطبيق : التنوع والوحدة :

إن تطبيق عمل الإعلام الدولي المعاصر يتميز بتنوع الأشكال والاتجاهات. والصحفي يعمل ليس في المجرى (الوسط المجرى للقارئ العام)، وإنما في ظروف تاريخية وقومية واجتماعية واقتصادية وسياسية وغيرها. ومع ذلك يمكن إبراز بعض الاتجاهات التي تعتبر أكثر شمولية ومستقبلية. ولا بد من الإشارة بالدرجة الأولى إلى تنوع السبل والطرق في "الصحافة" والصحافة الجديدة".

وكانت نظرية الصحافة الإيجابية لويليام ريغرز التي تأسست في مقابل نظرية الصحافة "بادة الصحافة المعاصرة".

ويرجع إلى ريغرز بالذات وصف الخبر "كناً في الوقت المناسب عن الأحداث والحقائق والآراء التي تهم عدداً كبيراً من الناس".

ويجدر القول إن بعض المحاولات لتعزيز الموضوعية في الصحافة قد حدثت مرات ومرات. ففي العشرينيات من القرن العشرين بني "الريبورتاج الموضوعي" على المبادئ التي تستثنى أية لحظة تقدير في النشر. وكان على هذا الأمر، حسب اعتقاد مؤسسي "الريبورتاج الموضوعي" أن يوسع جمهور القراء كثيراً. إلا أن الوسط الاجتماعي قد لاحظ - مع مرور الوقت - جملة كاملة من النواقص في هذا الأسلوب. وعمل رؤساء وسائل الإعلام الجماهيري ورجال الدولة كل شيء في سبيل أن تكون في ماس ميديا وجهة نظر رسمية واحدة فقط. وبما أن الشخصيات المسؤولة وضعت حواجز بينها وبين الصحفيين بوساطة الخدمات الصحفية و"الصحيفة المضادة" فإن الوصول إليهم أصبح محدوداً جداً.

واتضح أيضاً أن "زعماء الأمة" أنفسهم لا يستطيعون قول الحقيقة فقط، بل نصف الحقيقة أيضاً، وأحياناً الكذب المكشوف. وبالنتيجة إن الثقة بالنشرات الصحفية الرسمية وبالتالي بمجل الصحافة أضحت تهتز.

وكما أشار ي. لامبيت "الكثيرون يعتقدون أن "الريبورتاج الموضوعي" يمكن أن يلعب بالنسبة للأقوياء في كل العالم دور سحابة الدخان التي بفضلها يمكن نشر وجهة النظر الرسمية دون تحليل ناقد" وفيما بعد استخدم المقالات التحليلية في الصحافة كتریان للمسهوم.

إن ظهور هذه الصحافة بالذات تم ربطه باسم الباحث الأمريكي والصحفي الحربي السابق في شركة "نايت نيوزبيبرز" ماير ف. الذي نشر في عام 1973 كتاباً تحت هذا العنوان. وانطلق هو وتلامذته من أن الأساليب التقليدية في جمع الأخبار ومعالجتها قد أصبحت قديمة ولا تسمح بالنظر بالوقت المناسب إلى الظواهر الهامة المحتملة في الحياة الاجتماعية- السياسية، وإنما تركز اهتمامها

فقط على الأحداث الآنية. ومن هنا الاستنتاج : للتخلص من النواقص الموجودة على الصحفيين استخدام أسلوب علم الاجتماع وغيره من العلوم لجمع الأخبار ومعالجتها. وإن المعنى من هذا الأسلوب أسلوب الصحافة ينحصر في أن الطرق الاجتماعية والرياضية للتغيرات وغيرها، وكذلك التحليل تجعل بحد ذاتها الموضوع دقيقاً وصحيحاً.

والاتجاه الثاني في الصحافة المعاصرة له عدد من التسميات:

الوثائقية الجديدة والصحافية الجديدة : وجوهر هذا الاتجاه يأخذ بدايته من النشاط الصحفي لكتاب مشهورين في أوائل القرن العشرين، لكنه محدث بعض الشيء. ف"الصحافة الجديدة" قد درست بما يكفي من قبل الباحثين العرب والأجانب على حد سواء. ويكفي أن نذكر عمل د. فاروق أبو زيد "الصحافة الجديدة الأمريكية، نظرية الأساطير الاجتماعية"، حيث يتم تحليل هذا الاتجاه بالتفصيل.

وهذا التوجه يأخذ بدايته قبل كل شيء من الصحافة السياسية. ومثال الطريقة الجديدة في الصحافة السياسية هو سلسلة مقالات تيودور أوايت "كيف يصنع الرئيس" عن الجانب الخفي للحملات السياسية. وظهر عنده أتباع غير قليلين. وقد اكتسبت الصحافة الجديدة قوتها حتى التسعينات من القرن العشرين. وفي العقد الأخير من القرن العشرين بالذات أضحت هذا الاتجاه من جديد واحداً من الاتجاهات الأكثر انتشاراً في الصحافة التطبيقية بفضل كتاب ي. ديوفية "لماذا يكره الأمريكيون السياسة"، "والموضوعات التي تليه ونشرت في الصحف والمجلات.

وفي أساس "الصحافة الجديدة" يكمن الريبورتاج الوثائقي مع استخدام عناصر الأدب الروائي: المحور، والحوارت، والتوصيفات التفصيلية للأبطال وغيرها. وفي بعض الحالات يستبدل المؤلفون لهذه الروايات الواقعة بـ: "اختلافات فنية مكشوفة"، لأنهم يعتبرون تصوير البطل النموذجي في ظروف نموذجية في بعض الحالات أهم من الدقة الوثائقية. وهذا ما أعطى وتينبيرغ:ب الحجة لتصوير الفروقات بين الصحافة "الجديدة" و"الاختلافات الفنية المكشوفة" على الشكل التالي: "لدينا في الوقت الراهن وسائل تعداد السكان واستطلاع الرأي العام، والنتائج التفصيلية للانتخابات التي تسمح لنا بالوصول إلى الدقة التي يتحدث عنها كثير من الناس. وفي الوقت الذي كانت فيه تكنولوجيا الحصول على المعطيات الإحصائية متطورة لدرجة كبيرة كان هؤلاء الصحفيين الجدد "الشياطين قد أنهمكوا بالتحليل الذاتي إلى درجة أنهم لا يرون أبعد من أصابعهم. والمشكلة محصورة في أنه عندما تدخلون قائمة في مقالكم فإنها تدعو القراء إلى التثاؤب.

لكن من جانب آخر، عندما عملت في البيت الأبيض وعرفت كل الباطن فيما يحدث في واقع الأمر ذكرتني قراءة مواد "الصحفيين الجدد" بقراءة قصص الأطفال. لقد كان ذلك انطباعياً تأثيرياً سياسياً.

ومع ذلك، فلي أنصار "الاختلافات الفنية" احتلوا مكانة معينة في الإصدارات الذهنية وأظهروا أن الصحافة والأدب تستطيعان تما ماً التعايش حتى على صفحات الدوريات من جرائد ومجلات. وأضحى ما يسمى بالصحافة الشعبية أو الاجتماعية التي تحدثنا عنها سابقاً أحد أحدث الاتجاهات في الصحافة التطبيقية الأمريكية.

إن الموالين لها يتمتعون بنشاط خاص بالخبرة التطبيقية والمعالجات النظرية التي تلاحظ في خلال سير الحملات الانتخابية، وقد لاحظ الأمريكيون أن الانتخابات في أي مجتمع ديمقراطي تنشط بحدة الحياة الاجتماعية - السياسية. لكن في الوقت ذاته إن الجري وراء الأصوات يذكر أكثر فأكثر بالمباريات الرياضية، حيث الكأس هي المنصب الانتخابي. وإن المرشحين يتحاشون أكثر فأكثر مناقشة القضايا الحيوية، ويمارسون فقط ما يحقق لهم "النقاط" ويرفع من شعبيتهم.

والصحفيون أيضاً أصبحوا ينظرون إلى الحملات الانتخابية وكأنها مسرحية أو لعبة رياضية.

وبفضل جهود الصحفيين وصناع الشخصيات أصبح الجانب الفني المعبر عن مضمون البرامج يخرج من أمام أعين القراء والمشاهدين والمستمعين. إلا أن القواعد المتنوعة التي على المرشحين الالتزام بها مع فرقائهم قد أخذت بالنشوء أكثر فأكثر. ففي عام 1992 وضعت قواعد صارمة للمناظرات التلفزيونية. وأضحى الصحفيون وصناع الشخصيات يحللون الإعلان والإعلان المضاد للمرشحين مجبرينهم على القيام بلعبة نزيهة. إن الصحافة التحليلية كانت قد ألغيت من جراء عدم المنفعة، وتحاشاها المرشحون والاختصاصيون في مجال الإعلان السياسي.

ولا يمكن لهذا الوضع ألا يقلق كل الناس العقلاء. إن مختلف أنواع الصناديق والمؤسسات الاجتماعية أخذت تقدم المال في سبيل جعل الانتخابات حقيقية. ولهذا على الناخب أن يعرف ليس فقط كيف يبدو المرشح وهل لديه أخطاء في حياته الشخصية. وإنما أن تكون لديه إمكانية المقارنة بين البرامج

السياسية للمرشحين وأن يرى إلى أين تؤدي هذه النظرية أو تلك في مجال التطور اللاحق للمجتمع. ولذلك لابد من تنسيق قوى الباحثين والصحافيين وجمعيات الناخبين وجذب الناخبين ليس فقط إلى التصويت ذاته، بل وإلى إلقاء الضوء على سير الحملات الانتخابية وحتى تكوين الأرضية السياسية للمرشحين. وباختصار، على الصحافة أن تكون أقرب من الشعب.

وعن الانتخابات الرئاسية عام 1996 فقد أعطت الصحافة الإمكانية للقيام بمراقبة الفاعلية الواقعية "الاجتماعية" أو "الشعبية"، كما يسمونها أحياناً. إن أنصار هذا الاتجاه يفترضون توفر الاتصال والتفاهم المتبادل بين السكان، ووسائل الإعلام والبنى غير الحكومية.

ولتحقيق هذا الهدف تؤلف جماعات عمل بتدخلها مؤسسة البحوث الجامعية ووسائل الإعلام وجمعيات الناخبين. وهذا ما يسمح بممارسة الإعلان المتبادل وإعادة توزيع الأموال إلخ.

وفي أطر هذه الجماعات أخذت وسائل الإعلام بتشكيل جماعات شراكة خاصة بها في المحطات الإذاعية الخاصة والاجتماعية وفي التلفزيون والصحف والمجلات، إن جماعة الشركة تسمح بالإنفاق المقنن للأموال وبتحقيق التغطية المتفق عليها للأحداث و برفع فاعلية الكلمات.

وباتباع فكرة أن وسائل الإعلام يجب أن تكون أقرب من الشعب يجمع الصحفيون أسئلة الناخبين كي يطرحوها على المرشح. ويحدث باب دائم في الصحف "زاوية المرشح" التي تنشر فيها البرامج وأسئلة الناخبين والأجوبة عليها.

وتحدث مجموعات العمل وتكمل دائماً البنك الكمبيوترى للناخبين النشطين
أي، أولئك الناس الذين يستطيعون المساعدة فعلاً على تقديم العون الحقيقي في
جمع الأخبار ومراقبتها وتوزيعها.

ويحلل الباحثون الجامعيون برامج المرشحين ويعملون عليها ويتنبؤون بآثار
التجسيد الفعلي لها في الحياة.

ويدخل في تركيبة جماعة جمعيات الناخبين حكماً ممثلو الأوساط المالية -
الصناعية ومختلف الصناديق الخيرية.

وخلال الحملة الانتخابية عام 1996 لانتخاب رئيس الولايات المتحدة
الأمريكية فلن جماعة العمل التي أحدثت في سيائل وزعت قائمة أسئلة وتوقعت
الإجابات عن الأسئلة ما الذي يقلق المراسل؟ وما هو الوضع الذي يشغله؟ والخ.
إن قائمة الأسئلة هذه وضعت ذاتها بين أيدي الناخبين البسطاء العاديين وبين
المرشحين لشغل منصب الرئاسة وتمت مقارنة الأجوبة.

إن المواطنين الموضوعيين الإيجابيين ملؤوا القائمة وتحدثوا عن قصصهم
السادجة. وحللت جماعات الشركة لوسائل الإعلام المعلومات المحصول عليها
ونشرت في الصحافة الأفكار الأكثر أهمية التي قدمها الناخبون، ووزعت على
المراكز المتحولة التابعة للحملة الانتخابية وكانت وسائل الإعلام تذكر دائماً خلال
الانتخاب بأولوية هذا أو ذاك من المرشحين.

وتقترح "الصحافة الاجتماعية" أيضاً بعض التغييرات في السبيل إلى تطبيق
وسائل الإعلام الجماهيري. وهكذا، أخذ يغزو التطبيق اليومي للصحف اليومية
ذاك الشكل النادر بالنسبة للصحافة الجماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية
لتقديم المادة التي أضحت تغلب فيها التعليقات والآراء حول الأحداث على

المعلومات الإخبارية الخالصة. أي أن الصحافة أصبحت بثبات من نماذج صحافة القارة الأوروبية.

ولأسف إن التجربة المكتسبة من قبل أصحاب مبادرة إدخال مبادئ "الصحافة الشعبية" لم تكن مطلوبة من حيث الجوهر في انتخابات عام 2000 الرئاسية.

وهناك اتجاهان اثنان لا يزالان يتطوران في الصحافة الدولية التطبيقية، هما ما يسميان بالصحافة البحثية والتحتية. إنهما غالباً ما يتلاصقان بـ "تحريك الأوساخ". والآن يجد في الولايات المتحدة الأمريكية اتحاد الناشرين والمحريين الذين يقومون بالتحقيق الصحفي، الذي يضم في صفوفه ثلاثة آلاف شخص. وكان جيمس فرانكلين قد وضع بداية هذا الاتجاه، وهو القريب المقرب من الرئيس بنيامين فرانكلين في جريدته "نيو إنغلاند كوانت" (بشير إنكلترا الجديدة) التي صدر عدد منها في عام 1721. والقضية هي : قامت السلطات في المدينة بتلقيح السكان في أثناء اجتياح مرض الحصبة. وقف جيمس فرانكلين بقوة ضد اللقاحات مع تبوأ إياها عدوى السكان بفيروس الحصبة. وقد أخفى في سلسلة مقالاته الصحفية نواقص السلطات الفعلية. وبالنتيجة إن هذه السابقة ولدت اتجاهاً متكاملًا في الصحافة الأمريكية التطبيقية.

"الصحافة التحقيقية" في الفهم المعاصر نشأت في النصف الأول من الستينات من القرن العشرين على نطاق واسع وانتشرت خلال فضيحة روبرت غيت. إن الكتاب Watergate للمحققين الصحفيين الاثنين في رد الونشطن بوست "بيرنستاين وفودفورت" العسكر الرئاسي كله" جعل منهم أبطالاً قوميين بحق، وهذا ما حول مهنة الصحافة إلى نغمة رومانسية.

وأداة هذا الاتجاه في الصحافة التطبيقية هي نوع التحقيق الصحفي الذي من خلاله كقاعدة يتم الكشف عن واقع أو حقائق كانت قد أخفيت عن الأوساط الاجتماعية من قبل بعض الأشخاص أو المؤسسات. ويعتبر أنصار "الصحافة التحقيقية" أنفسهم اتباع "نبش الأوساخ" من بداية القرن الماضي. في هذه الفترة بالذات ظهر الأسلاف التاريخيون "الصحافة التحقيقية" المعاصرة. إن مدرسة نبش الأوساخ التي تتضمن النقد الاجتماعي الحاد العميق للقضايا قد خرجت كلاً من وولتير ليبمان، وتيدور داريزر وجون ريد وجاك لندن وإبتون سينكلير و إيرفينغ ستون. وقد ازدهر نوع التحقيق الصحفي في فترة عدم الاستقرار الاجتماعي والحركات الإصلاحية. وأثرت في تطوره درجة ثقافة الجماهير الكافية كي تهتم بالريورتاجات التفصيلية المعمقة والجو الاجتماعي الذي يصبر على الأفكار النقدية.

وقد شهدت بداية القرن العشرين ظهور حركة الاحتجاج الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية التي أطلق عليها اسم "النقدية". ووجهت هذه الحركة ضد الطمع والفساد في أمريكا واقتُرِنَ فيها النقد الاجتماعي مع المطالبة بالإصلاحات. وكان العقد التقدمي في الصحافة الأمريكية مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بتاريخ "نبش الأوساخ". ويرون أن هذا المصطلح بالذات استخدم لأول مرة تودور روزفلت في كلمته التي ألقاها في 14 نيسان عام 1906، بالرغم من أنه قبل ذلك، وفي العاشر من شباط من العام نفس بالذات ظهرت هذه الكلمة في عنوان مجلة "كولليرز". إن المقالات الحادة عن الاتحادات (اتحاد الشركات) والصفوة المالية وعن السلع سيئة الجودة وعن سوء استخدام شركات الطرق الحديدية قد ظهرت في الصحف اليومية والمجلات واسعة الانتشار، مثل "ماكولورز" و "كولليرز". وقد

أطلق على "مجموعة الكتاب والكتاب الاجتماعيين الذين وضعوا أمامهم مهمة لفت أنظار المجتمع الأمريكي إلى مختلف أنواع سوء استخدام الوظيفة والفساد في جميع مجالات حياة الولايات المتحدة الاجتماعية وحياة العاملين من أجل إجراء إصلاحات ديمقراطية اسم "تباشين الأوساخ". وفي أوائل القرن العشرين حصل انفجار في الصحافة الأمريكية. إن ظهور نبش الأوساخ كان بظهور كتاب لينكولن ستيفنس "عار المدن" (The Shameful Cities) عام 1902. وكان قد كرس للفساد في حكومات المدن الكبرى في البلاد. ونشرت مجلات "ماكليورز" و"كولليبرز" و "كوسمو بوليتين" مواد تفصح عمليات الغش والنصب والاحتيال عند تقديم براءات الاختراع والامتيازات، والمصالح الشخصية لأعضاء مجلس الشيوخ التي بسببها ازدهر الفساد، وموجة الترهيب والتخويف التي عمت المدن الكبرى من شيكاغو حتى سان فرانسيسكو.

إن فترة "الماركنتية" (التعسف والاضطهاد) كانت تتميز بلقى الصحافة كانت تستخدم الطرق "الرسمية" فقط في تصوير الواقع القائم، في حين كان ينظر إلى كل النقد بأنهم عملاء للأعداء.

ولقد ظهرت الظروف الاجتماعية -السياسية لبدء موجه التحقيقات الصحفية في نهاية الستينيات، عندما ذكرت الاضطرابات في الولايات المتحدة الأمريكية وبلدان أوروبا الغربية بالوضع الثوري في بداية القرن. إلا أن الاستقرار السياسي الذي جاء بعد الفترة العاصفة طرح مرة أخرى على جدول الأعمال بعض المحدوديات على المقالات النقدية التي أضحت تعتبر نسفاً للأسس الديمقراطية. وحسب رأي جون ألان، مؤلف كتاب " التحقيق الصحفي: الأساليب والتكنولوجيا الحديثة". فلن أفضل وصف للتحقيق الصحفي قدمه النائب السابق

للمحرر المقيم (المشرف) في جريدة "نيوزادي" روبرت غرين: "أنه مادة صحفية مبنية كقاعدة. على العمل والمبادرة الشخصية وعلى الموضوع الهام الذي أراد له بعض الأشخاص أو المؤسسات أن يبقى سراً. وعناصره ثلاثية أساسية: الصحفي يقوم بالتحقيق الذي لم يقم به صحفي آخر، والموضوع الهام بالنسبة للقارئ أو مشاهد التلفزيون، وآخرون يريدون إخفاء الحقائق المشار إليها في التحقيق عن الوسط الاجتماعي". ويذكر المؤلف أفضل ممثلي هذا الاتجاه، وهم جيم ستيل ودون باليت و روبرت غرين ولوكيلزير الذين حصل كل واحد منهم على جائزتي بوليتسر.

إن الصحفي الذي يجري التحقيق يحصل عادة على الدعم الممكن الأقصى من قبل المجتمع والسلطات. ويقود هذا إلى الفاعلية العالية للمقال من جهة، ومن جهة ثانية إلى حث وجهات التحقيقات المفيدة من وجهة النظر السياسية. ولذلك فليكن بعض المحققين أضحووا يشيرون إلى أن التحقيقات الصحفية في الولايات المتحدة قد حلت محلها بالمواد المستوفاة من تقارير مكتب التحقيقات الفيدرالي. ثم إن المحللين الأذكياء يشيرون إلى أن الصحافة التحقيقية لم تستهلك ذاتها أبداً. لكن ببساطة لابد من إيجاد أساليب ليس فقط لإثبات النواقص، بل وللإشارة إلى سبل التخلص منها. أي يجب على النقد أن يكون بناءً.

وفي الربع الأخير من القرن الماضي أثبت ذلك الاتجاه وجوده في الصحافة السياسية الخارجية (الأجنبية) وبجدارة هائلة، مثل الصحافة الاستهلاكية. وهي تعتمد على، أو مكرسة لتلبية احتياجات مبتاعي أنواع البضائع والخدمات. ويكفي القول إن مطبوعات هذا الاتجاه تنزع من حيث مجموع عدد نسخ الدوريات الباقية

المكرسة للأعداد الكبيرة من القراء. وكرست برامج الإذاعة والتلفزيون لمواضيع الصحافة الاستهلاكية، ويستخدم الإنترنت بنشاط وفاعلية في هذا المجال. ومهام هذا الاتجاه في الصحافة هي حماية المستهلك من البضائع رديئة النوعية والخدمات السيئة، وتوجيه المستهلك في عالم التجارة وغيره من المجالات، والمساعدة على نشر التجارب الرائدة في الخدمات التجارية والعامة وغيرها. إن التحرير الموجه إلى الصحافة الاستهلاكية يقوم وحده أو بمساعدة منظمات متخصصة بعملية تصنيف البضائع والخدمات وتقديم نتائج هذا التصنيف للسكان. إليكم بعض الأمثلة:

أجرت المجلة الأمريكية "كونسوير ريبورت" تجربة على إحدى السيارات اليابانية الحديثة على الواجهة والحلبة والطريق. انقلبت السيارة عند انعطاف طريق بزاوية أقل مما كان قد وعد به المنتجون. وبالنتيجة كان مستوى البيع لهذه السيارات في الولايات المتحدة قد انخفض إلى الصفر، بالرغم من أن هذه السيارات كانت في الماضي تتمتع بمستوى عال للطلب عليها. وكان على الشركة المصنعة تعديل السيارة وتجديد (تحديث) السيارات المبيعة مجاناً. وحدث الشيء نفسه في ألمانيا. فصنفت جريدة "أفتوتا يتونغ" "مرسيدس أطلس". وجرى التصنيف في السويد حسب المنهجية المسماة "الصدى". واتضح أن "المرسيدس" ليست ثابتة عند المنعطف. وكان على "مرسيدس" تبديل القطع المناسبة.

وقد أنفقت الشركة على ذلك الكثير من الأموال. وعدا ذلك فليق هذه الحادثة قد أضرت بسمعة الشركة.

إن مثل هذه التصنيفات (الاختبارات) جرت على العديد من البضائع والخدمات وتعتبر الظروف وسيلة فاعلة للكفاح في سبيل النوعية، عندما تكون

مواجهة الشركة المنتجة ضعيفة نسبياً. ففي حال عندما ترمي الشركات الاحتكارية بقواها ووسائلها في مواجهة الصحافة، لا يكون أبداً الفوز إلى جانب الصحافة. وعلى سبيل المثال كتاب رالف نادر "لسنا أميين في كل السرعات" حيث كشف المؤلف عن الخلل في تصميم السيارات التي كانت من إنتاج "جنرال فورد". فلستأجرت الشركة تحريين خاصين كي تتحرى الحياة الشخصية لنادر، وجرى تحقيق وتحرر خاص في لجنة الشيوخ و..الخ. وقد كرست مقالة ساخرة للكاتب الأمريكي السياسي المعروف والشيوعي أرت خوالد لكل هذه القصة القبيحة. وعموماً إن "الكونسوميرية" أحسنت التعامل مع تلك المهام التي مثلت أمامها وإن هذا الاتجاه في الصحافة التطبيقية يترسخ بنجاح في الكثير من البلدان.

لقد أوردنا بعض الأمثلة فقط من نظام كامل الاتجاهات المعاصرة الحديثة في الصحافة التطبيقية الدولية. وإن تحدثنا عن توجهات التطوير، فإنها أيضاً متنوعة للغاية بالعلاقة بالظروف الخصوصية (السياسية والاقتصادية والقومية وغيرها).

وتعود التغييرات في الصحافة التطبيقية في البلدان الأجنبية إلى خصائص توظيف وسائل الإعلام الجماهيري، وإلى الوضع السياسي الاجتماعي، وإلى الظروف الاقتصادية والإيديولوجية، وحتى إلى الأولويات القديمة في هذا أو ذاك المجال من مجالات الحياة.

إن الاتجاهات "الشعبية" الاستهلاكية، البحث، والتنمية والتحقيقية، والصحافة "الجديدة" وغيرها من الاتجاهات تهدف إلى رفع مستوى فاعلية المقالات الصحفية وتأثيرها (في الجرائد والمجلات) والبرامج الإذاعية والتلفزيونية. وإن هذه

الاتجاهات تعكس في الوقت نفسه تطلعات السوق الذي يؤثر أكثر فأكثر في الصحافة المعاصرة.

6 - الصحافة والتكنيك :

التكنيك كان يلعب وسوف يلعب دوراً رائداً في تطوير الاتصالات الجماهيرية. وقد امتد طريق الاكتشافات والانتصارات والخسائر والهزائم بدءاً من الأشكال التقليدية لنقل الأخبار شفهيّاً من شخص إلى آخر وحتى الطرق السوبر حديثة باستخدام أقوى أجهزة الكمبيوتر والأقمار الصناعية. ولقد استوعب التاريخ العالمي للتواصل البشري النصوص المسمارية المكتوبة على السيراميك والهيروغليفية على الحرير وعلى ورق البردى والكتابة السلافية القديمة والوثائق لدى الهنود القدماء وغير ذلك الكثير.

ولقد بدأت الفترة العاصفة في تطوير الاتصالات الجماهيرية مع اختراع آلة الطباعة بأحرف التصنيف وبخاصة اختراع الراديو والتلفزيون. وجاءت الآن لتحل محل هذه الاختراعات التي أصبحت بسرعة هائلة طرقاً ووسائل تقليدية لنقل الأخبار، وسائل جديدة مرتبطة باستخدام أحدث التكنولوجيات.

يحلل جون بافليك من جامعة سان دييغو الحكومية في كتابة "ميديار تكنيك الجديد الأفاق الثقافية و"التجارية" الذي صدر في عام 1996م، يحلل بعمق الإبداعات التكنولوجية الحديثة وتأثيرها على وسائل الإعلام الجماهيرية، ويرصد السبل اللاحقة وآفاق تطور الماس ميديا. ويشير بخاصة، إلى حدوث التحول التكنولوجي لمنتجات الإعلام الأمر الذي لعبت فيه دوراً خاصاً الكمبيوترات الخاصة.

ويتحدث عن ذلك أيضاً العديد من الباحثين الآخرين، ونحن نقنتع بذلك بفعل تجربتنا اليومية. لقد وفر الكمبيوتر إمكانية تحديث عملية جمع الأخبار والمعلومات وحفظها وأرشفتها وفهرستها. وهذا بدوره أدى إلى أكثر التغيرات راديكالية في وسائل الاتصالات.

وظهرت قواعد كمبيوترية كثيرة بدون معطيات للاستخدام العام. وتشير مارتا ويليامز البروفسورة في المعلو مائية من ولاية إيلينويس إلى أن البحث الائق والمستفيض عن المقالات ، لنقل في مجال الكيمياء يمكن أن يتم خلال 10-15 دقيقة بمساعدة الكمبيوتر، في حين أن القيام بأخذ الفهارس من فوق رف المكتبة خلال العشرين عاماً الأخيرة يتطلب وقتاً أكبر.

إن هذه القاعدة الكمبيوترية للمعلومات تشمل المواد والمواضيع عن 6700000 مادة كيميائية وتضمن الوصول السهل إلى إنجازات بـ 4500000 مادة (مقالة) نشرت منذ العام 1965م. ومن بين أكبر القواعد التجارية للمعلومات ليكيس وينكيس. إن قاعدة المعلومات ليكيس التي تخدم البنوك والمصارف والشركات التجارية والصحفيين تحتوي على النصوص الكاملة لثمانية ملايين مقالة من 125 جريدة ومجلة ومصادر أخرى. وفي "الفايلات" الصحفية لقاعدة المعلومات نيكيس يمكن العثور على نصوص المقالات المنشورة في أربع صحف أمريكية يومية، وعروض الصحافة مختلفة البلدان وأخبار العديد من وكالات الأنباء. إن هذه الفايلات تستقبل أسبوعياً حوالي أربعين ألف مقالة جديدة.

إن فترة أواخر السبعينات وأوائل الثمانينيات قد شهدت دخول تكنولوجيا الكمبيوتر إلى كل مكان ومجال. وكتبت مجلة "إلكترونيك ديزاين" التي تعد واحدة من أكبر وأشهر المطبوعات الأمريكية في مجال الإلكترونيات، بخاصة: "إن

المجلات المنتشرة على المستوى القومي والصحف واسعة الانتشار وذات التأثير وأيضاً التلفزيون التجاري تبشر بالظاهرة المنتشرة، التي تسمى ميكور إلكترونيك. وما الذي إذاً يساعدنا على الدخول في هذا العصر الجديد؟ إنك المهندس الذي ساعد على دخول عصر الفضاء إلى بيوتنا كذلك. إن عصر الفضاء يذكر بنمن النهوض الروحي ذاك عندما استجاب ألوف الأمريكيين الشباب إلى دعوة الرئيس الشاب الذي سأل، ماذا يمكن أن تفعلوا لبلدنا؟ وشاركت في هذا العمل الكدود الدقيق. لقد كنت مهنيًا مع شعور عميق بالاعتراض. وقد نفذت المهمة بسرعة (وصلت إلى القمر) وعندئذٍ انتهى مستقبلك. فيما بعد، عندما نقص الاحتياطي الدفاعي وتقلصت العقود إن عدداً كبيراً من الناس من وسطك قد رمى إلى الشارع "مهنيون بدون مهنة".

هذه المقالة في جريدة متخصصة تشير إلى أمرين: أولاً، الإمكانيات اللامحدودة للتكنولوجيا الحديثة ، ودور ميكرو إلكترونيات. وثانياً، الآثار الاجتماعية (في كثير من الأحيان غير الجيدة) لإدخال أحدث التكنولوجيات. ما هي إذاً آثار إدخال أحدث التكنولوجيات في تطبيق الصحافة وكيف تنظر الدول إلى عمليات التحديث والتجديد؟

إن اختراع الكتابة وآلة الطباعة كان له أكثر التأثيرات راديكالية في حياة الناس. وهذه المراحل بالذات كانت عبارة عن انتقال البشرية من الحضارة الأسطورية إلى حضارة الكتابة. ولمدة طويلة لم تتعرض تكنولوجيا الطباعة إلى تغيرات مبدئية هامة، حتى بدأت عملية استيعاب التكنولوجيات الحديثة. ولعبت في ذلك سياسة الدولة التجديدية ورأس المال الكبير دوراً كبيراً. وفي بعض الحالات إن هذا يؤدي إلى آثار اجتماعية غير مرضية. ففي الستينات من القرن

العشرين نتيجة لإدخال أحدث الاختراعات التكنولوجية والتكنولوجية في صناعة الطباعة بالذات، في بريطانيا مثلاً، بدأت عملية تقليص حادة لعمال المطابع الأمر الذي أدى إلى موجه من الإضرابات. لكن مهما كان من أمر فإن الانتقال في بريطانيا إلى طباعة الأوفست حدث بسرعة ودون مشاكل نسبياً. الأمر الذي ساعدت عليه إلى درجة غير قليلة سياسة الدولة في مجال العلوم والتكنيك. لكن في الاتحاد السوفيتي سابقاً حدث عكس ذلك، فكانت تصنع لفترة طويلة تقنيات الطباعة العالية : اللينوتيب وآلات المطابع الدوارة من النماذج القديمة وغيرها. والانتقال إلى الأوفست استغرق زمناً طويلاً ومصحوباً بالمشاكل وأقفلت المصانع بكاملها التي لم تستطيع التأقلم مع المتغيرات الثورية في مجال التكنيك. والآن يأتي الأوفست ليحل محل الطباعة العالية في جميع المجالات وهو الذي من السهل إدخاله إلى الكمبيوتر. ويستخدم الكمبيوتر بشكل واسع في مجال تنضيد النص والصفحة وإعداد أصول الماكينات للمطبوعات بما فيها متعددة الألوان.

لنتابع الطريق الذي تسلكه المطبوعات من المخطوط حتى صدور العدد. وهكذا، أتى المؤلف أو أرسل المخطوط عن طريق الطباعة الإلكترونية. يقرأ هذا المخطوط حسب تقاليد هذه أو تلك من مؤسسات النشر. ولنقل من قبل المحررين ورؤساء الأقسام والسكرتير المسؤول ورئيس التحرير في أغلب البلدان الغربية. لكن قبل أن يقطع المخطوط كل هذه المراحل من تدقيق وإعداد للطباعة يدخل الكمبيوتر، أو ما يقال، "يطبع النص" ومن ثم وبالعلاقة بالتجهيزات التكنولوجية يرسل إلى هذا أو ذاك من المنفذين، إما عن طرق شبكة الكمبيوتر المحلية، وإما باليد. بعد القراءة والتصحيح يصل المخطوط في شكله الإلكتروني إلى الصحيفة.

وهنا تشغل النصوص أمكنتها المخصصة لها وتدخل السكّنر وتوضع التوضيحات ويقام بتوزيع الألوان إن كان ذلك ضرورياً. ويخرج الماكيت الأصل على برينتر الليزري الذي منه تبدأ طباعة العدد. وكل هذه العمليات يمكن القيام بها دون الخروج من مكان العمل، إن كانت كمبيوترات التحرير موحدة (مرتبطة) بشبكة ربط محلية.

حسب الإجراء المعتمد في البلدان الغربية إن نظام الكمبيوتر الشامل للتحرير يعالج الأخبار من جميع الأقسام. أما نظام التحرير بالنسبة للأقسام فعلى العكس يعالج الأخبار كل خبر وحده فقط قسم الأخبار الرياضية يحرر موارده بنفسه لأنه لابد من معرفة ألقاب اللاعبين الرياضيين ووضع الفرق في قائمة المباريات وغير ذلك.

وإن كان كمبيوترنا مربوطاً بشبكة إضافية إخبارية ما، فستظهر إمكانية علم "on Line". أي وضع، أخبار وكالة الأنباء مباشرة على صفحة المطبوعة. وإن ألفرد غلو سبيرنير يتحدث في مقالة "أون لاين" عن إمكانيات العمل قائلاً: "يعجبني لقاء الناس بوساطة "أون لاين"، لكنني أستخدم هذه النظم لأهداف مهنية أيضاً. إنها مفيدة خاصة للارتباط مع الصحفيين المحررين ولإيصال المقالات الجاهزة لهم. مثلاً، إنني منذ مدة أنهيت مقالة للمجلة التي يعيش محررها في مدينة ليست صغيرة في ولاية فيرمونت. ولكي تصل إليه هذه المقالة التي كتبتها على الكمبيوتر، سجلت رقمي المحلي "تيمنت" وارتبطت بالشبكة "إم.سي.أي مايل" في واشنطن وأشرت إلى رقم حسابي والكلمة والعنوان. ومن ثم أعطيت عدة أوامر، أخبرت "إم.سي.أي مايل" أنني أريد أن أرسل رسالة في "البريد الإلكتروني" وأضفت العنوان "إم سي أي مايل" لمحرري وأمرت الكمبيوتر بأخذ (نقل) المقالة

من ديسكي. كل هذا استغرق حوالي دقيقتين. ووضع الكمبيوتر العام "إم سي أي مايل" المقالة في فايل المحرر. وعندما ارتبط فيما بعد بالنظام أخبره أن بريدًا ينتظره. بعد ذلك أفرغ المحرر رسالتي إلى نظامه. والآن مقالتي في كمبيوتر المحرر، ويستطيع تحريرها بمساعدة مواكب النصوص ويرسلها من بيته في فيرمونت إلى قسم التحرير في بوسطن. وهنا يرسل زملاؤه المقالة إلى جهاز الكمبيوتر الخاص بالتنفيذ.

إن عدد خدمات "أون لاين" الشاملة في العالم يصل إلى المئات وعددها يزداد باستمرار.

وإن التكنولوجيا الحديثة تدخل بسرعة في ديكور المطبوعات، وأكثر كاميرات التصوير الاعتيادية الآن اكتسبت نوعية جديدة. وأصبحت رقمية. وهذا يعني أن الصورة يمكن أن تكون مسجلة على ديسك. وبالنتيجة تزول الحاجة لتلك العمليات المكلفة والمرهقة مثل المعالجة الكيماوية للفيلم والطباعة وغيرها. والصورة تنتقل من الديسك لتدخل الكمبيوتر حيث يمكن أن تحدث عليها الرتوش و تعد للطباعة وترقى إلى المكان المخصص لها. إن الكمبيوتر يقدم إمكانيات واسعة جداً غير الخطي (الطولي) وغيره الكثير من العمليات.

إن تكنولوجيا التصوير الجديدة تسمح برفع الإنتاجية الحادة للعمل ونوعية أعمال التحرير المرتبطة بالمطبوعات وإيضاحاتها. إلى جانب ذلك، إنها تولد بعض المشاكل الاجتماعية التي تكون الدولة مضطرة للتدخل في حلها على المستويات التشريعية والقضائية. وهكذا يدعو - في الولايات المتحدة - كل من أرنولد شغار تسنفد وماريا شنايدر وسيلفيستر ستاللون وديمي مور وجوليا روبرتس وغيرهم من الفنانين السينمائيين المشهورين إلى اتخاذ قانون حول "وثيقة حماية

حقوق الشخصية بالانفراد"، الذي اقترحه أعضاء مجلس الشيوخ دايان فينشتاين (ولاية كاليفورنيا) ، وأورين هاتش (ولاية يوتا). وإن أليك بولدوين وأورنولد شفار تسيفير وماريا شنايدر قد كسبوا قضية صعبة على "بابا راتسي". وتحدث مثل هذه القضايا في الدول الأخرى أيضاً. فالمحكمة العليا في كندا، مثلاً، أقرت بأن صور الجرائد والمجلات التي تصور الكنديين في الشوارع والمنازل والحدائق وغيرها. تعتبر تدخلاً في الحياة الشخصية إن كانت لم تحصل على السماح بالتصوير من قبل الأشخاص. وقد أدى قرار المحكمة إلى موجة من الذعر في الأوساط الصحفية. ويخاف المصورون الصحفيون من أن المحادثات المسبقة مع مواضيع التصوير "تفقد التصوير" العفوية والتلقائية. بما أن العلم والتكنيك يتطوران بالتوافق مع منطقهما الخاص بهما وأن "منع" ظهور نماذج جديدة للتكنيك مستحيل، تكون الدولة مضطرة في أغلب الأحيان إلى تدقيق وتصحيح مجال استخدام مثل هذه الاختراعات الجديدة في العمل الصحفي بشكل عام.

لقد أصبح عصرنا، كما يقولون، عصر "التلفزيون". وهذا ما أدى إلى حدوث تغيرات في صفحات الجرائد والمجلات وهذه التغيرات نوعية. وهكذا لقد أصبح الخط التعبيري في المطبوعات يستخدم بفاعلية أكثر. إذا أخذت تظهر في مساحات واسعة الملخصات الناطقة للمادة الكبيرة. و أصبح النص بكاملة تقريباً ودائماً يوضح ليس فقط بالصور والرسوم، بل بالغرافيك والأشكال والرسوم البيانية والمخططات... وبدأت تستخدم بصورة أوسع العناوين الكبيرة والعناوين الصغيرة والأبواب وغيرها من أساليب الأخراج في الصحافة.

إن التكنولوجيا الحديثة تدخل بنشاط في الإنتاج المطبعي. ومن بين الجديد منها بيزوغرافيا ، واستخدام أطقم العمال المطاطية لطباعة الأوفست ، والمعدات النهائية الجديدة للطباعة.

إن المعدات الليزرية الطباعية قد أدت إلى رخص الإنتاج المطبعي. وقد صممت "المطابع على الطاولة" الأمر الذي أدخل تعديلات في مجال وسائل الإعلام المطبوعة. وظهرت آلات طباعة أوفست رقمية، وهذا ما سمح بإدارة طباعة العدد مباشرة من الكمبيوتر الذي أدخل الماكيت -الأصل.

وفي حال ربط المطبعة بالكمبيوتر (شبكة الكمبيوتر) تنشأ إمكانية الإدارة المرنة للقدرات الطباعية. وأخيراً ظهر عدد كبير من الجرائد والمجلات في "مقاس إلكتروني" تنتشر بوساطة شبكات الكمبيوتر وعلى الديسكات الصغيرة. وهكذا، فإلى المجلة الأمريكية العلمية الشهيرة "أومني" توزع بوساطة شبكة "أميريكان أون لاين" و"تايمز" اللندنية و"فانينشال تايمز" يوزعون على المكتبات مجموعات إصداراتهم الجاهزة على ديسكات صغيرة، وفي ألمانيا أكثر من مئتي مجلة "تنزل" على شبكات الكمبيوتر، وهذا التطبيق يستخدم بشكل واسع في دول أخرى أيضاً.

إن نقل الأخبار في الصحف والمجلات من إصدارات ورقية النقل، إلى الإنترنت يسمح بإيجاد الخبر الضروري خلال ثوان معدودة، بغض النظر عن وقت صدور الجريدة أو المجلة. يضاف إلى الصحف والمجلات الإلكترونية نظام بحث قادر على إيجاد المادة الضرورية حسب الكلمات "المفتاح"، بفواصل زمني محدد حسب كنية المؤلف.

إن ظهور الصحف والمجلات الإلكترونية على الإنترنت يشهد فقط بداية تنفيذ المشروع الشامل لنقل وسائل الإعلام الجماهيري إلى هذه الشبكة.

وهناك جديد آخر تم في مراكز البحوث التكنيكية في جامعة ماساتشوس هو اختراع كتاب إلكتروني يذكر بمجلد اعتيادي في غلاف قاس، لكن مضمونه يمكن استبداله دورياً بعد قراءته. ويمكن إدخال أي نص محفوظ في ذاكرة شبكة الإنترنت إلى ذاكرة الكتاب. وعلى الغلاف الخلفي لهذا الكتاب الفريد من نوعه توجد دسائين (مفاتيح). إن نص الكتاب الإلكتروني يظهر على سطح من ألياف صناعي مقروء يشبه الورقي. وتظهر الأحرف حسب مبدأ "الحبر الديجتال" (كريستال سائل). وكما تشير "بزنس أوليك" بالاستناد إلى مجموعة عمل جوزيف جاكويسون يسمع الكتاب الإلكتروني بعد تلقيمه بقراءة أينما كان، بما في ذلك حيث لا وجود لمصطلحات الإنترنت.

لقد تحسن اتصال المندوبين بجهاز التحرير. وإلى جانب الهواتف وكتب النوات النقالة التي أضحت تقليدية فقد اخترعت وسائل أخرى للتنظيم التكنولوجي. الآن أصبح أسهل إرسال رسالة مع فاكس مايل بوساطة البريد الإلكتروني. وقد اخترع العلماء الإنكليز قلماً جديداً. لا تزال حتى الآن يزن سبع مرات أكثر من القلم العادي لكنه يتمتع بمواصفات لا جدال حولها. إن سمار تكويل ("الريشة الذكية" هكذا يسمون هذا القلم) تحول العلامات المكتوبة يدوياً إلى رموز إلكترونية يمكن فيما بعد يمكن مشاهدتها على اللوحة الموضوعية فيه^١. وقد ركب على الشاشة زجاج مكبر كي يثقب عامل التشغيل نظره. وعندما يكون الخبر جاهزاً يمكن إيصال العلم بالهاتف وإرسال الرسالة إلى أي عنوان إلكتروني.

وهذا ليس كل الجديد الذي حققته المنجزات التكنولوجية العلمية الحديثة وأدخل في علم التحرير والنشر الذي يكون التقدم فيه مرتبطاً في عدد من الحالات بالدولة التي تحدد أولويات التحديث واستخدام هذا الجديد.

ومنذ لحظة اختراع الراديو كان هذا النوع من الاتصالات يتطور ويتحسن باستمرار. ويستخدم الآن عملياً كل مدى الموجات الإذاعية ونطاقات ها، وأضحت البرامج الإذاعية مع الاستريو والصوت الثنائي حقيقة. وإن التصغير جداً والبث الفضائي يسمحان بالقيام بالبث المباشر من أي مكان على الكرة الأرضية بغض النظر عن وجود أو عدم وجود مراكز تحويل كبيرة. فوسائل التكنولوجيا الحديثة تسمح بإرسال أحجام هائلة من المعلومات خلال ثوان معدودة.

إن جهاز الراديو أصبح قطعة معتادة من قطع الاستعمال المنزلي اليومي. وأنه متوفر لدى كل أسرة تقريباً، بما في ذلك الدول النامية. وخاصة في المناطق البعيدة وصعبة الوصول إليها. وتتطور بنشاط عمليات البث الإذاعي في بلدان آسيا وأفريقيا حيث أصبح البث الإذاعي الوسيلة الإعلامية الجماهيرية الأساسية. الآن في يستخدم الأمريكيون حوالي 500 مليون جهاز راديو. خمسة لكل أسرة (179 مليون منها في السيارات). ويستطيع الأمريكيون استقبال أكثر من عشرة آلاف محطة راديو أكثريتها محلية.

إن التسجيل الرقمي للأصوات يسمح بتحقيق صوت عالٍ من حيث نوعيته. وقد ظهرت وسائل تسجيل جديدة ووسائل إعادة التسجيل لنقل الديسكات الليزرية. إن الوسائل التكنولوجية الجديدة تجعل الاتصال عالي النوعية ممكناً وموثوقاً به جداً مع حماية من التنصت. ويمكن القيام بالبث الإذاعي من تحت الماء، ومن أعماق المحيطات المغطاة بطبقات سمكية من الجليد و... إلخ. وأضحى الاتصال باستخدام أشعة الليزر والموجات الإذاعية الطويلة جداً حقيقة واقعة.

فمثلاً، لقد حصلت مواقع محطات الأرصاد الجوية على قمم الجبال والسفن وما شابه على أجهزة اتصال فاكس مايل (صور طبق الأصل). تستطيع أن تستقبل بوساطة الراديو أعداد الصحف في لحظة صدورها. وظهرت أجهزة تحرير متخصصة بإصدار صحف فاكسميلية.

وتحدثنا عن تنظيم الدولة للبحث الإذاعي، فإنها تنفذه بعدة اتجاهات. في الدرجة الأولى عن طريق نشر الحجزات الحكومية على الشركات الصناعية ومؤسسات البحوث. هذه الحجزات تتعلق بشكل أساسي بالاتصالات العسكرية. وبالنتيجة إن العديد من النصاميم تعتبر سرية وتظهر في التطبيق الواسع للبحث الإذاعي بعد عشرات السنين من بدء استخدامها لاحتياجات الجيش والطيران والأسطول الحربي. ومن ثم تستخدم حسب القانون. وفي كل بلدان العالم - عملياً - هناك أجهزة خاصة مسؤولة عن منح الرخص وتوزيع الترددات ومراقبة الإرسال الإذاعي. عدا ذلك، فإن الدولة تتابع باهتمام كبير جداً الدراسات الرئيسية في هذا الفرع من الفروع العلمية، الأمر الذي يقدم إمكانية الاستجابة السريعة للإمكانيات التكنولوجية الناشئة.

إن الثورة المعاصرة في تكنولوجيا وسائل الاتصالات الجماهيري قد وفرت إمكانيات أكبر بخاصة أمام التلفزيون. وإن إدخال الكمبيوتر قد نقل إلى أيادي العاملين في التلفزيون تلك الإمكانيات غير المتوقعة والتي كان الوصول إليها مستحيلًا في السابق مثل، مولتميديا والإحياء والسيناريو تلفزيون وحرر الوصول إلى الاستيعاب العملي للتلفزيون.

وهذه ليست كل الإمكانيات أبداً. إن ما عادة يلفت من نظر مشاهد التلفاز ألا يقل دهشة. وهكذا تجري الآن أعمال في مجال إعادة تأهيل الأفلام السينمائية

القديمة وإغنائها بالألوان. وحدثت تغيرات على فيديو البرامج التلفزيونية. و أضحى البث المباشر يستخدم بشكل أوسع الأمر الذي يجعل المشاهدين مشاركين في الأحداث لا شهوداً فقط.

ولعبت مسجلات الفيديو وغيرها دوراً خاصاً في تطور الاتصالات الجماهيرية. ثم إن التسجيل الرقمي للصور وديسكات الفيديو والتصوير الليزري وبعث الصور عن طريق الليزر، كل هذا أضحى يستخدم بشكل واسع في الصناعة والحياة.

لقد انتج الاتحاد السوفيتي أواخر الخمسينات وأوائل السبعينيات التلفزيون السحري "مير" الذي سمح بمشاهدة البرامج على شاشة كبيرة كانت تعلق على الجدار. وأعاد الخبراء اليابانيون بعث هذه الفكرة على مستوى تكنولوجي جديد. ومنذ عام 1997م بدأت شركة "توشيبا" بإنتاج التلفزيون السحري من طراز "المسرح الدرامي". وإن المحاسن الأساسية لهذه التلفزيونات المكملة التي حجم الشاشة (ليس سينما سكوب) فيها تتراوح من 48 حتى 61 بوصة، إن ذلك شكل جديد من حيث المبدأ لنقل الصورة والصوت. وإن تلفزيونات هذا الطراز تمتاز بهيكلها المسطح الرقيق جداً الأمر الذي يساعد على انسجامها مع موبيليا الشقة. بالرغم من أحادية طراز هذه التكنولوجيا الظاهرية، فإين جديد مسجلات الفيديو المنزلية وغيرها يمتاز كثيراً من حيث مستوى النوعية والراحة. وهكذا فإين أحد الأسرار الرئيسية في الموديل الجديد هو النظام الرقمي الموفق جداً والأحداث للتخلص من التشويشات والشوائب في صورة الفيديو، والذي يسمح بالحصول على صورة نظيفة جداً خالية من العيوب على الشاشة. وإن هذه التكنولوجيا تحسن كثيراً نوعية إعادة تأهيل الأفلام القديمة. ويلغي نظام القضاء على التشويشات الذي

أدخل إلى مسجلات الفيديو "لوكس" تلقائياً كل الشوائب من شريط الفيلم: "فاعلية وتأثير الثلج" النقاط السوداء والبيضاء على الشاشة والسطوع غير المتوازي وتداخل الألوان وغير ذلك.

وقد جعل التلفزيون السلبي الصورة أكثر نوعية، والإرسال عن طريق الأقمار الصناعية اختصر المسافات بالنسبة لنا. وإن شبكات التلفزيون السلبي كان لها انتشارها الخاص. فنصف السكان الأمريكيين الآن تقريباً يعتبرون مشتركين بقنوات التلفزيون السلبي الذي يستطيع أن يبيث البرامج عن طريق مئات القنوات. وفي عدد من الدول (مثلاً، في اليابان وتايوان والولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا والسويد وغيرها من الدول) بدأ العمل بالتلفزيون الرقمي والسلبي والهوائي.

إن إدخال أحدث المنجزات التكنولوجية سمح بالبداية بتنفيذ ما يسمى بالتلفزيون "الدمج" ("أو النشط جداً"). ويحقق ذلك على الشكل التالي. إن المشترك في القناة التلفزيونية يرتبط بمساعدة الكمبيوتر بمركز التلفزيون ويحجز لنفسه ولوقت محدد هذا أو ذاك من البرامج. مثل الأخبار أو الأفلام السينمائية أو غيرها. وبالتطابق المنشود مع طلب المشترك -المشاهد، إن أجهزة تلفزيونه أو كمبيوتره يعرض البرنامج المطلوب، أو كل البرنامج المعد حسب رغبة المشترك. إن التلفزيون المبرمج يضمن للمشاهد ليس فقط ما يريد، بل الدخول بفاعلية إلى المحور المنقول إليه على الشاشة. وحسب رغبة المشاهدين المر بتعطيل بواسطة الكمبيوتر أو الهاتف العادي مع الاستوديو يستطيعون تبديل بعض المشاهد والنهايات، وحتى كل المحور -الموضوع. باختصار إن المشاهد يتدخل في إنتاج السلعة الإعلامية.

إن هذا، بالطبع له في عدد من الحالات آثاره الاجتماعية السلبية. وهكذا تصبح المراقبة الشاملة على أذواق وعادات وأنماط حياة المشاهد ممكنة.

ولقد اتخذت اللجنة الفيدرالية للاتصالات في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1997 قراراً بالانفصال التدريجي عن مقاييس التلفزيون الرقمي ومعايير هـ ويوفر التلفزيون الرقمي الفرصة للتحسين الكبير في نوعية الصورة على الشاشات ولزيادة عدد القنوات مع الحفاظ على قوة البث نفسها.

لكن إن كان الجدل بين التلفزيون الرقمي والتلفزيون المقياسي قد انتهى لصالح الرقمي، فإن القديم الآخر، ما هو الأفضل الكمبيوتر أو التلفزيون . نشب من جديد بقوة جديدة. لاسيما أن أموالاً طائلة قد انضمت إلى هذا الجدل.

وباختصار عن جوهر الجدل. إن الكمبيوتر المعاصر - مولتميديا يسمح باستقبال البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإعادة التسجيل، مع نوعية للصورة والصوت أعلى بكثير مما هي عليه في أجهزة التلفزيون. لكن ثمن التلفزيون أقل بكثير من أبسط كمبيوتر. وإن المستهلك لا يزال يفضل التلفزيون، لا سيما أن العديد من الإضافات المختلفة والتي تسمح لجهاز التلفزيون العادي بالقيام ببعض وظائف الكمبيوتر الشخصي قد ظهرت.

إن آخر الاختراعات في مجال التحسين اللاحق لأجهزة الكمبيوتر فسح الأمل بتحسين النوعية كثيراً لكل المقاييس مع الانخفاض السريع في الأسعار لبيع الجملة والمفرق. وهذا في صالح الكمبيوتر، لا سيما أن شبكات الكمبيوتر بما فيها الإنترنت تنوي اختراق المجال الجديد تماماً بالنسبة لها: عالم الاتصال الصوتي.

بناءً على الوضع في الولايات المتحدة الأمريكية فإلى فرع شبكات الكمبيوتر يعطي 10-15% من الدخل من الاتصالات في البلاد (هذا ما يقارب 250

مليار دولار). حتى الآن إن هذا ما هو إلا البداية، لكن الصوت عن طريق الإنترنت ينظر إليه منذ اليوم كأحد الأسواق المستقبلية والأكثر رواجاً في العقد القادم من الزمن. وكضمانة تكنولوجية لهذه الفكرة فقد صمم خزان لنقل الصوت عبر شبكات الكمبيوتر. وهذا الجهاز يرقم الصوت ويضغطه ويضعه فيما يسمى بـ "درجة (حزمة) IP" للنقل على شبكات الإنترنت -إنترنت- إلسترنيت . إن العديد من الخبراء يقدرون سوق الخزانات لنقل الصوت بـ 1.8 مليار دولار عام 2001، وسوق أجهزة الهاتف بـ 7.5 مليار دولار. وهذه التكنولوجيات مجتمعة يمكن أن تدر حوال 90 مليار دولار بالنسبة لمن سوف يمارس تقديم الخدمات في مجال نقل الصوت بوساطة شبكات الكمبيوتر. وهناك فائدة أخرى من إدخال هذه التكنولوجيا في الولايات المتحدة فتمن المكاملة الهاتفية سوف يخفض تقريباً من 6 سنتات إلى سنت واحد لكل دقيقة.

إن هذا السوق ينشأ لتوه، لكن المستثمرين الكبار بدؤوا المعركة في سبيل السيطرة عليه. وقد أدت المنافسة إلى نتائج إيجابية فلتخذ المعيار الذي يحدد المقاييس (البارمترات) لنقل الفيديو والأصوات والمعلومات والمعطيات عن طريق شبكات الكمبيوتر. إلا أن متطلبات المستخدمين حول النوعية وقدرة طرق المواصلات (الاتصالات) الجديدة تتزايد بتسارع أكثر من التحديث الممكن للبنية التحتية. وهذه المتطلبات ازدادت خلال عامين خمس مرات. وبالنتيجة أخذ الخبراء يفكرون جيداً وبجدية بضرورة توسيع شبكة الإنترنت من الجيل الجديد، الأمر الذي يتطلب توظيفات مالية كبيرة، وبالتالي أرباحاً كبيرة.

أما فيما يتعلق بالتلفزيون، فهنا يجري اقتنايه السريع من شبكات الكمبيوتر. والآن تحت تصرف الأمريكيين 300 مليون جهاز تلفزيون. إن بيل غايس وشركة

ميكروسوفت الشهيرة التي يرأسها اتخذوا نهجاً نحو توحيد التلفزيونات والهواتف والمسجلات وغيرها من الإلكترونيات المنزلية في شبكة شاملة. وقد أنفقت الشركة 2.4 مليار دولار في سبيل إخضاع غرف الضيوف الأمريكية كما فعلت في حينها مع الكمبيوترات الشخصية. كما اشترت مقابل 425 مليون دولار الشركة التي تكنولوجياً التنقل والانتقال على الإنترنت باستخدام التلفزيون المنزلي، ودفعت مليار دولار لشراء شركة التلفزيون السلكي. عدا ذلك فقد وضعت تحت الرقابة بعض الشركات المتخصصة في مجال نقل الأخبار العامة وأخبار الفيديو بوساطة الإنترنت.

إن مايكروسوفت تتوقع بالطبع الحصول على الأرباح من وراء توظيف هذه الأموال. لكن هذا الغول ليس وحيداً. إن عدداً كبيراً من العمالقة منتجي الإلكترونيات المنزلية يريدون أن يصبحوا واضعين لقوانين المعايير بالنسبة لأجهزة -الإنترنت التلفزيوني-. وهذه الشركات تحاول تحقيق الشيء ذاته كي يستخدم ملايين المستهلكين الذين لن يشتروا الكمبيوتر، الأجهزة المنزلية التي توفر التعاون بأشكال جديدة مع التسالي الإلكترونية، وحتى البرامج التعليمية والتجارية وغيرها من إمكانيات وسائل الإعلام الجماهيري الحديثة.

وعرضت في السوق إضافات إلى التلفزيونات المنزلية تسمح لمالكها باستخدام شبكة الإنترنت. لكن إنتاج هذه الإضافات ما هو إلا ما فوق سطح الجبل الجليدي. وكما ظهرت إمكانية بيع الكفالة البرمجية الجديدة وتقديم عدد من الخدمات الجديدة الأخرى. و تنقبأ أكثرية المحللين بأنه بعد عقدين من الزمن ستصبح كل الأجهزة الإلكترونية المنزلية عملياً أعضاء كاملة الحقوق في جمعية الشبكات الرقمية.

"كما غيرت الكهرباء بالضبط حياتنا بتحويلها الحاكي إلى مسجلات استريو والحافظات إلى برادات والشمع إلى مصابيح، إن الإنترنت أكثر ثورية من كل الأجهزة التي نستخدمها، من الكمبيوتر حتى التلفزيون والهاتف والسيارة". هذا ما أكده فاي بيد رئيس "إن سيس إي" التي تعمل على إنتاج الكفالة البرمجية للتكنولوجيا المنزلية في المستقبل.

وحسب تقديرات الخبراء فإن عدد أجهزة التلفزيون التي توفر الوصول إلى الإنترنت سيصل في عام 2005 إلى 50 مليون.

لكن حتى الآن تسير ببطء عملية تحويل الكمبيوترات الشخصية بإضافة جديدة تسمح باستقبال البرامج التلفزيونية الرقمية.

ويمكن الخروج بالاستنتاج الآتي: تجري عملية تقريب اتجاهين وفي المستقبل القريب سوف تصبح مالكي أجهزة منزلية جديدة تماماً، توجد في ذروتها أفضليات التلفاز والكمبيوتر.

لقد عرض في معرض في لاس- فيغاس في كانون الثاني عام 1998 اختراع جديد، مكثف إخباري منزلي لتبادل المعلومات لتوحيد الكمبيوتر الشخصي وجهاز التلفزيون في مدة إخبارية متكاملة. وإن جوهر هذا الاختراع الجديد ومعناه ينحصر في أن جهاز التلفزيون المنزلي العادي سيصبح عملياً عنصراً أساسياً من عناصر التجهيز غير المركزي الأساسي لشخصية المستخدم له. وينظر أيضاً في إمكانية الارتباط في آن واحد مع ثمانية كمبيوترات شخصية مع التوزيع المسموح بحده الأقصى لنمط الراديو المنزلي 60 متراً. وإن هذه المحدودية أمليت بسبب المستوى المسموح به للإشعاع عالي الجودة.

إن هذه الاختراعات الجديدة وغيرها (مثال البطاقة الصوتية للكمبيوتر الشخصي بسعة صوت عال) تسمح بتوحيد كل مصادر الأنباء الإلكترونية المتوفرة: الراديو والتلفزيون وشبكات الكمبيوتر في كل متكامل.

إن سياسة الدولة في التحديث في مجال التلفزيون هامة بشكل خاص التقنية ليست فقط في أن الدولة تضع المعايير للإرسال، ولذلك تؤخر وتسرع عملية إدخال أحدث منجزات العلوم والتكتيك في مجال التلفزيون إلى الحياة اليومية. لقد أجري بث تجريبي في الاتحاد السوفيتي للاستيريو تلفزيون وأجريت دراسات لمبادئ التلفزيون الفولوغرافي وصممت التكنولوجيا لإرساله واستقباله. وللأسف إن إرسال الاستيريو تلفزيون قد توقف، أما العمل على تصنيع التلفزيون الفولوغرافي فلا يجري عملياً. وإن الباحثين من بلدان أخرى من العالم لا يزالون غير قادرين على تكرار حتى تلك النتائج التي تم التوصل إليها سابقاً في الاتحاد السوفيتي. وننظر اليوم بعين جديدة إلى أنواع الاتصالات التقليدية. فمثلاً، البريد، يستخدم هذه الأيام ليس فقط لإرسال الأنباء والأخبار الشخصية والرسمية. لأن ظهور أوراق الإعلانات والصحف والمجلات المجانية ألزمت بالتوجه إلى خدمات مؤسسة البريد من قبل أصحاب هذه الإصدارات. أما استخدام البريد لأهداف الإعلان و "العلاقات العامة"، إن الاتصال عن طريق الفاكسيميل لا يدهش أحداً، إذ منذ فترة قصيرة جداً كانوا ينظرون إليه كأمر غريب.

إن هذه الوسيلة المعروفة لدينا للاتصال، مثل الهاتف قد اكتسبت شكلاً جديداً تماماً. فالأجهزة المزودة بالألياف الضوئية تضمن لنا الزيادة الحادة في عدد المشتركين. وإن كان لدينا كمبيوتر قديم، فإننا سنصبح مشتركين بشبكة الكمبيوتر التي لم تدرس إمكانياتها الهائلة حتى الآن.

والآن، في سنبجينسك في منطقة تشيليانسك حيث يوجد المركز النووي الفيدرالي، صممت المياه الضوئية التي لا شبيه لها في العالم. وينظر الخبراء اليابانيون بحسد إلى إنجازات العلماء الروس الفيزيائيين. وللأسف، إن البدء بالإنتاج بناء على نتائج هذه الاختراعات النظرية وتحديث الاتصالات في روسيا الجديدة غير ممكن حتى الآن.

والهاتف ذاته، الموصول بالشبكة الأرضية أو شبكة الأقمار الصناعية يعطينا حرية لا حدود لها بالتحرك. وهناك "جديد" آخر ، خدمات الاستعلام بواسطة الهاتف. يمكن - ليس فقط - من معرفة الوقت بدقة أو العنوان الضروري بل البحث عن عمل يناسبنا ونشر الإعلانات.

إن شبكات الكمبيوتر معروفة منذ زمن. لكنها الآن تعتبر فرعاً متكاملًا من فروع التكنولوجيا العالمية في الإنتاج. والأهم نشر المعلومات. هذا بالذات توفره شبكات الكمبيوتر بفاعلية عالية وبحد أدنى من النفقات.

يقارن روبرت ما تكالف، مخترع شبكة الأنباء "إنترنت" الاتصالات الإلكترونية بالجملة العصبية. وإن يريان دايلي من قسم العلاقات العامة في شركة "كويل إنترناشيونال" يشعر بأفضلية شبكات الأنباء يومياً. فلن لم يستطع الإجابة فوراً على سؤال مراسل جريدة ما، يصل ذاته بالشبكة التي تربط المقر العام للشركة في بيتسلورغ (ولاية بينسيلفانيا) بلقسامها الجوية -الفضائية في الآلاف من المصطلحات والكمبيوترات الشخصية والعشرات من أجهزة الحواسيب سريعة العمل والسوبر كمبيوتر = كراي × MP-.

إن البرامج الطموحة لإنتاج الكمبيوتر الأسرع يجب أن يعمل في العالم "أولترا كمبيوتر" اقترحه الخبراء اليابانيون. إن هذا الكمبيوتر يجب أن يعمل أسرع بمليون مرة تقريباً من الكمبيوتر الشخصي وألف مرة مما يسمى بالسبر كمبيوتر. وحسب تعبير ممثل الشركة -المصممة، إن والدتها تستطيع خلال ثلاثة - أربعة أيام فقط القيام بجملة من المهام التي سوف يبقى الكمبيوتر الشخصي مليون سنة يؤلمه رأسه للقيام بها.

ويطرح الآن على جدول الأعمال سؤال عن الإنتاج الفعلي للكمبيوترات المصممة حسب تلك المبادئ التي صمم عليها مخ الإنسان. وأول خطوة على هذا الطريق كان الكمبيوتر العصبي (نيروكمبيوتر). إن تكنولوجيا النيروكمبيوتر لا تزال في مرحلة التطوير، لكن بعض النماذج منها أوضحت تستخدم بنجاح في عدد من الشركات. وغالباً ما تستخدم للمراقبة البصرية على البضائع المنتجة. إن مثل هذه النظم "النظر الآلي" توفر تشخيص كل شيء من مظهر الإنسان. ويتوقع أن تجد تكنولوجيا النيروكمبيوتر استخداماً واسعاً لضمان الاتفاقية حول النظام الجديد للتنقل ضمن حدود الاتحاد الأوروبي. وبهدف إثبات الشخصية سوف يتم استخدام بطاقات خاصة تتضمن بصمات الأصابع والتصوير الكامل للوجه ولون العينين التي ستقارن مع الأصل عند المرور من خلال نقطة التفتيش في المطار.

ووضع رئيس اللجنة البلجيكية المستقلة الخاصة لشؤون اللاجئين باسكال سميت شكلاً جديداً للتسجيل الشامل يضمن الحؤول دون الهجرة غير الشرعية والاتجار في الأشخاص. ولتحديد هذا الشكل الجديد سوف تؤخذ بصمات كل شخص يعيش على الكرة الأرضية ويعطى رقم إثبات شخصية خاص به.

وحسب تعبير سميث إن مثل هذه الطريقة للتسجيل ستسمح للدول بفتح حدودها، لأن كل المواطنين حس ان السلوك سوف يسمحون بالقيام بعملية إثبات الشخصية بسهولة، أما الباقيون فسوف يعثر عليهم وبسهولة يتم اكتشافهم ويمنعون من الدخول. ويؤكد باسكال سميث أن الاتحاد الأوروبي قد وضع مثل هذا الشكل لإثبات الشخصية للمواطنين ليس فقط حسب بصمات أصابع اليدين، بل وحسب تصوير شبكة العين. إلا أنه يعتقد أن مثل هذا النظام يجب أن يصبح عالمياً، حيث صرح قائلاً: "إن كل المشاكل التكنولوجية قد حلت، وبقيت فقط مسألة الإدارة السياسية "الاستثمار.. يكفي النظر ببساطة إلى مجتمعنا وستدركون أننا جميعاً قد سجلنا منذ ولادتنا حتى وفاتنا، إن حكومتنا تعرف من نحن وماذا نشكل. الحقيقة الخيالية أصبحت واقعاً بحق. وعلى سبيل المثال نستند إلى حادثة فريدة واحدة. فذات يوم وجد أحد الأزواج الغيورين زوجته تمارس الحب على الإنترنت. وقدم دعوة طلاق لا سيما أنه استطاع تسجيل رسالة الحب على الديسك للشخصين اللذين لم يشاهدا بعضهما البعض مرة واحدة. انقسم القضاة فوراً إلى ثلاثة معسكرات. المعسكر الأول اقترح تغيير المفهوم المتبع للخيانة الزوجية بإضافة مواد تتناسب مع روح العصر. والمعسكر الثاني، اعتبر التماس الجسدي أساساً للخيانة، وهو بالطبع لم يحدث في هذه الحالة رفض الموافقة على الطلاق. والمعسكر الثالث نظر إلى القضية بسخرية، واقترح طلاق الزوجين، لكن مع اعتبار الطلاق نافذاً فقط على الإنترنت.

وإن جرى الحديث عن أشياء اعتبارية، فلا بد من الإشارة إلى أنه في ولاية أريزونا الأمريكية قد ظهرت في الآونة الأخيرة ماكينات تلقائية كمبيوترية للطلاق.

فمقابل خمسة دولارات يمكن خلال 20 دقيقة الحصول على كل ما هو ضروري للطلاق من وثائق، الأمر الذي يسمح برفض خدمات المحامين الباهظة الثمن. وهذه "الموضة" لا تقتصر على الولايات المتحدة الأمريكية. فالحاخامية-اليهودية الإسرائيلية مثلاً، اقترحت في أوائل عام 1998 على كل الراغبين في الخدمة الجديدة "الطلاق عن طريق الإنترنت". إن كل الوثائق الخاصة بالطلاق يمكن صياغتها وإرسالها إلى المحكمة، دون الخروج من المنزل، بمساعدة الكمبيوتر الشخصي. وإن الزوجين اللذين يريدان الطلاق عليهما الحضور شخصياً لسماع النهائي في القضية.

ويستخدم في مديرية الشرطة في شيكاغو بنجاح ما يسمى بشبكة نيرون (الجملة العصبية). وعند تحليل المعطيات عن 12500 شرطي يعمل في هذه الإدارة حددت شبكة نيرون 90 مشتبهاً به من الشرطة الذين أساءوا استخدام الوظيفة.

لكن كل هذه المنجزات هي فقط قمة هرم الجليد. فبين التكنولوجيا والسبيرينيتيكا نشأ اتجاه آخر جديد. لقد ظهرت كمبيوترات DHK التي أحدثت على أساس (قاعدة) البكتریات التي تعيش في السباح. ويعتقد الكيميائي الأمريكي جيمس هيكرمان الذي يعمل على إجبار أعصاب فئران التجارب بالوسائل الإلكترونية أن تكنولوجيا البيوالكترونياً سيصبح قريباً واقعاً يومياً.

وقد أبهر ليونارد أوليمان البرفسور في جامعة كاليفورنيا الجنوبية العلماء بشرحه كيف يمكن إحداث عدد حسابي معقد (مركب) عند استخدام جزيئات DHK بفعالية أكبر من إحداثها على السوبر كمبيوتر. إن DHK الكمبيوتر تستهلك الطاقة أقل بمليارات من الكمبيوترات التي ذكرناها سابقاً، ونستطيع في آن

واحد القيام بالعديد من العمليات المعقدة. وقد حسب، أن حوالي نصف كيلوغرام من جزيئات DHK يمكن أن تحتفظ بالمعلومات أكثر من ذاكرة كل الكمبيوترات التي أحدثت حتى الآن مجتمعة. وإن مركز الإلكترونيات الجزيئات التابع لجامعة سيراكوزا صمم أجهزة تسمح بمساعدة أشعة الليزر على البروتين المأخوذ من الميكروبات التي تعيش في السباح بتسجيل الأخبار والمعلومات الضرورية.

وهناك محاولات أخرى "إحياء" الكمبيوتر. وهكذا، فلن البرفسور مالفين مينسكي مقتنع بأن الإنسان ليس مكتملاً. إنه يفكر ببطء، ويعيش طويلاً. عدا ذلك، إن الذاكرة البشرية أيضاً ضعيفة. "لذلك يتابع كل من فرانك تيلير وهانس موافيتس فكرة زميلهما مينسكي "علينا أن نحيا في دماغنا الذاكرة". ويذهب البرفسور المصمم فيليم فليوس إلى أبعد من ذلك مؤكداً أن الإنسان يجب أن يحول دماغه إلى الكمبيوتر. وعندئذ سوف يعيش أبد الدهر. وماذا بصدد الجسد؟ عن هذا السؤال يجيب فليوس سيل: "ليزول بسبب عدم الحاجة إليه".

إن إدخال الجديد في التكنولوجيا إلى وسائل الإعلام الجماهيري يؤدي إلى آثار اجتماعية هامة. وقد أشار البرفسور جيركوف إلى واحد منها في تقريره الذي قدمه إلى الندوة "عصر المعلومات" العلمية التطبيقية الدولية المنعقدة دائماً ، وذلك من 15-16 تشرين أول عام 1996.

إن العمليات الإعلامية المعاصرة للمجتمع لها ذلك التميز بالتكنولوجيا، الأمر الذي يسمح للإنسان إلى جانب العالم المحيط به بأن يخلق لنفسه عالماً خيالياً خاصاً منفرداً، وبأن يعيش فيه كما يحلو له مع امتلاكه الحرية المطلقة تقريباً في الاختيار، الأمر الذي حلم به منذ عصور. وفي الوقت ذاته، هناك إنسان آخر مهتم أكثر من أي شيء آخر بمصالحه النفعية يسعى بطريقته

الخاصة إلى الولوج إلى هذا العالم وإلى استخدام هذا العالم من أجل خدمة أهدافه ويربط به المهتم بالماديات الأمر الذي لم يستطع أن يفكر به لا السياسي الذي يجمع أنصاراً لفكرته الجميلة ولا رجل الأعمال الذي يسحب المستهلك إلى شبكة الإعلان.

ويتولد لدى الشباب على وجه الخصوص "نظام آخر من البديهيات فعلاً" بالمقارنة مع الأجيال الأكبر. إن الخدمة الإعلانية الجديدة للمجتمع التي أحدثها الإنسان في القرن العشرين تحمل مشاكل جديدة يمكن أن نشاهدها اليوم. من هنا جاءت حيوية الحديث وتزامنه مع ما يسمى بالواقع الافتراضي ويمكن القول إن هذا الحديث قد فتح. فإن الفنانين تأثر البارامترات حساسية بالمتغيرات التي تحدث مع الإنسان أخذوا يكتبون روايات عن الواقع الافتراضي. وانضم إلى الحديث أيضاً الكتاب الاجتماعيون: إن الظاهرة الجديدة تحمل في ذاتها دائماً شحنة من المفاجئات. فلقد بدأت تحدث برامج التعليم ذات المستوى العالي الجديد التي يمكن نسخها، والكتب الدراسية والمدرسية التي تأخذ بعين الاعتبار التكنولوجيا الإلكترونية والواقع الافتراضي كنظام تعليم.

كان أول من أحدث ألعاب الكمبيوتر العلاجية في العالم علماء معهد السبيرنتيكا البيولوجية والطبية التابع لفرع أكاديمية العلوم الطبية الروسية في سبيرييا. وتم الحصول في كانون ثاني عام 1998 على السماح من وزارة الصحة الروسية باستخدام المنتج الجديد عند علاج أمراض القلب والأوعية الدقيقة والجملة العصبية. وهناك ألعاب كمبيوتر خاصة تعلم المرضى تنظيم إيقاع قلوبهم، لأن اللاعب الذي لديه نبضات قلب هو اللاعب (المريض) الفائز.

إن التعلم الافتراضي والعلاج الافتراضي والسياحة الافتراضية والحب الافتراضي، كل هذا وغيره الكثير أصبح "خيالاً واقعياً". ولأن العمليات الإعلامية خرجت إلى المستوى العالي وتعيش فعلاً فضاءً واسعاً، نشأت إمكانية استخدام التكنولوجيا الإعلامية الجديدة على المستوى العالمي. وهذه الظروف، ظروف عدم توازن التطور التكنولوجي بمختلف مناطق العالم تجعل قضايا مساواة الدول في استخدام الفضاء الواسع أمراً حيوياً، وكذلك الدفاع عن مصالح الدول والبلدان الأقل تطوراً في هذا المجال.

ويشير جيركوف قائلاً: "وهكذا، إن وظائف الصحافة في المجتمع البشري تتوسع أكثر فأكثر ودورها يتعاظم. ويبدو أن القرن الحادي والعشرين سيكون قرن الأساطير الإلكترونية. ولقد بدأنا نحس بنفسها".

إن المنطق الداخلي لتطور العلم والتكنولوجيا سيقود إلى تغيرات متسارعة في إحداث أجهزة وأدوات جديدة في سبيل جمع المعلومات ومعالجتها وحفظها وتوزيعها ونشرها. وهذا بدوره سيؤدي إلى عواقب اجتماعية وخيمة من الصعب التنبؤ بها. وفي هذه الظروف غير المرغوب بها يزداد الدور التنظيمي للدولة التي تستطيع عن طريق السياسة العقلانية في التحديث وبالأاليب التشريعية وغيرها أن تساعد على التطور اللاحق.

إن تحليل الاتجاهات العالمية لتطوير الصحافة يشير إلى أن شمولية الأخبار فرضت إعادة النظر باستراتيجية المجتمع الدولي في مجال توزيعها وأيضاً تحديثها. فتوافق الأخبار الشاملة مع "المصلحة الإقليمية" يجعل من وسائل الإعلام الجماهيري أكثر فاعلية وتأثيراً من وجهة نظر تكوين الرأي العام والتحكم به، ولا تزال الهوة قائمة بين "الأغنياء" و"الفقراء" من الدول، الأمر الذي يحدث

تجدياً جدياً للحقوق والحريات الأساسية للإنسان، بما فيها حرية الكلمة وحرية الصحافة.

وبلاحظ أكثر فأكثر العلاقة الوثيقة بين الصحافة والاقتصاد. ففي الأعوام الأخيرة تتغير البنية الاقتصادية لوسائل الإعلام الجماهيري. ويقوم الإعلان بدور هام متزايد كمصدر أساسي للإيرادات المالية. وإن الدولة في الكثير من بلدان العالم تحول وسائل الإعلام إلى مباشرة أو غير مباشرة عن طريق تقديم مختلف التسهيلات وغيرها من الإعلانات الحكومية.. الخ. وإن إدخال وسائل الإعلام الجماهيري في مجموعات صناعية -مالية يضمن التوصل إلى استقرار وسائل الإعلام مالياً أما تباين الصحافة وتخصيصها فيقدمان إمكانية رفع فاعلية عمل الصحافة والإذاعة والتلفزيون واستخدام الوسائل المتاحة بحد أقصى من الفاعلية . بين التغيرات في الصحافة التطبيقية في الدول الأجنبية تمكن الإشارة إلى بعض التوجهات (الاتجاهات) التي من بينها الصحافة "الشعبية" والاستهلاكية، والبحثية، والتحقيقية، والصحافة "الجديدة" وغير ذلك من الاتجاهات. إنها مثلاً وبالطبع تهدف إلى رفع فعالية المواد الصحفية، في الجرائد والمجلات وبرامج الإذاعة والتلفزيون. وإضافة إلى ذلك، فإن هذه الاتجاهات تعكس متطلبات السوق الذي يؤثر أكثر فأكثر في الصحافة المعاصرة.

وإن تطور العلم والتكنولوجيا يؤثر تأثيراً جوهرياً في وسائل الإعلام الجماهيري المعاصرة وفي الاتصالات أيضاً وعلى أشكال وأساليب عمل الصحفيين. ويتعزز دور الدولة التي تحدد سياسة التحديث فيها - في كثير من الحالات - مستقبل وسائل الإعلام الجماهيري.

الفصل الثالث

قانون الصحافة وتنظيمها لذاتها *

إن شمولية المجال الإعلامي تتمتع بآثار قانونية اجتماعية واضحة تماماً. وإن عمليات تحول العلاقات الاجتماعية السياسية العاصفة في العديد من بلدان العالم ستؤدي حتماً إلى تغييرات في تشريعات هذه البلدان وإلى إعادة بناء العلاقات الدولية. وطبيعي أن تؤثر هذه التغييرات جوهرياً في تبادل المعلومات العالمي وفي الأسس القانونية لتنظيم السيول الإعلامية. وتغيرت أيضاً وسائل الإعلام الجماهيري ذاتها. وازدادت فاعلية وتأثير هذه الوسائل وأضحى المنتج الصحفي مركزاً و مكثفاً.

وبعد التوقيع على اتفاقية ماستريخت وتصديقها حصلت الحياة السياسية، والتشريعات في الدول الأوروبية على دفع جديد نحو الأمام. فتشكيل "البيت الأوروبي الشامل" لم يعد طويلاً أو فكرة من أفكار السياسيين العظماء فقط وأضحى العالم عموماً، يتطلب التفاهم الدولي المتبادل وضرورة النظر بعين جديدة إلى العمليات الجارية في العالم، وإلى التجربة التي وضعتها البشرية على طريق إحداث أوربا موحدة. وطبيعي أن تكون مثل هذه الوحدة غير ممكنة أو مستحيلة إن لم يكن هناك مجال إعلامي شامل. وتتطور وسائل الإعلام الجماهيري بدفعها المشرعين إلى ضرورة توحيد نشاطها.

وتعطى المؤسسات الدولية مكانة خاصة في مثل هذا العمل، وذلك لأن القانون الدولي يصبح أكثر تأثيراً في العالم المعاصر.

* أ.د. عطا الله الرمحين

إن نشاط وسائل الإعلام الجماهيري ينتشر ليس فقط على أراضي الدول بحد ذاته، بل يجذب إليه وإلى مداره الجوار، وفي كثير من الحالات سكان بلدان بعيدة للغاية. لذلك نشأت ضرورة ملحة للالتزام ليس فقط بالتشريع الوطني، بل بمعايير القانون الدولي في سبيل عدم حدوث ردود فعل سلبية في بلد غريب، لكن مع توقع أن نتائج عمل وسائل الإعلام الجماهيري سوف تقدر كذلك من وجهة نظر القراء في بلدان أخرى.

وفي العالم المعاصر المليء بالأحداث السياسية، إن أي كلمة يقولها السياسي وتفهم بشكل خاطئ يمكن أن تقلب العمل الذي استمر لسنوات في مجال التقريب بين الشعوب وفي مجال تعزيز الصداقة والتعاون.

وطبيعي أنه من المستحيل معرفة التشريع الداخلي بالكامل لهذا البلد أو ذاك لذلك يجب على الصحفيين الالتزام بمعايير القانون الدولي، ذلك لأنها أقرب ليس لأهداف طموحات دولة ما لوحدها، إنما لأهداف إيجاد الحل الوسط الذي يسمح لوسائل الإعلام الجماهيري بالقيام بوظائفها دون المراسل بالمشاعر والأحاسيس الوطنية أو الدينية للمشاركين الأجانب في العملية الإعلامية.

إن التدفقات الإعلامية هي تلك الأعمدة التي بمساعدتها تتم إدارة المجتمع، والعمليات الاجتماعية التي يلجأ إليها أصحاب السلطة وأولئك من يسعون إلى السلطة. والصحافة الدولية متعددة الوجوه، لكن هناك توجهات عامة لتطوير وسائل الإعلام الجماهيري وترتكز هذه التوجهات، خاصة على القانون الدولي.

إلى جانب التنظيم الحكومي تعرضت التدفقات الإعلامية إلى عملية التنظيم الذاتي للصحافة والاتحادات والروابط الصحفية وغيرها، ذلك التنظيم الذي يتضمن

معايير أخلاقية عاملة. إن التنظيم القانوني والتنظيم الذاتي للصحافة يشكلان ذلك الوسط الذي تعمل فيه وسائل الإعلام الجماهيري.

1- وسائل الإعلام الجماهيري في الدول ذات النظم القانونية المتنوعة والمختلفة:

لقد كان القانون الدولي إلى فترة غير بعيدة مفصلاً بشيء ما عن التشريع الداخل، واعتبر فقط قيمة اسمية ولم يكن الالتزام بمبادئه إلزامياً. لكن وحتى هذا التاريخ لا ينسى دائماً التغلب على التوجه نحو تجاهل القانون الدولي. وهناك سببان لذلك الأول والأهم هو غياب المعلومات الضرورية. والثاني عدم الفهم، وفي بعض الحالات عدم الرغبة لدى السلطات بإعلام السكان بتلك العمليات التي تحدث على الساحة الدولية. وفي ظروف شمولية المجال الإعلامي تشرك القوى التقدمية في المجتمع الدولي - بعد إدراكها أهمية تعزيز القانون الدولي - دولاً جديدة أكثر فأكثر في عملية توحيد التشريعات الداخلية.

القانون الدولي هو مجموعة من المبادئ والمعايير الحقوقية المثبتة في الاتفاقيات التي وقعت بين مكونات القانون الدولي التي تنظم بواسطتها العلاقات بين الدول، والعلاقات بين مواطني هذه الدول المتفق عليها من قبل المفوضين بذلك الأشخاص، وإما الأشخاص وإما المؤسسات وملزمة التنفيذ في أراضي الدول الموقعة هذه الإتفاقية بعد الإجراء المناسب لإعلامها وأخذها الصفة القانونية.

لقد تكونت المبادئ الجديدة للقانون الدولي في عصر الثورات البرجوازية وبخاصة نتيجة الثورة الفرنسية الكبرى. فإن المساواة الكاملة والاستقلال وسلامة الأراضي وعدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول الأخرى والا لتمام بالاتفاقيات قد

أعلن عنها كبداءات أساسية للقانون الدولي وثبتت في تشريعات الدول كل على حده وفي القانون الدولي بخاصة.

إن حق الاتفاقيات الدولية كفرع أساسي للقانون الدولي كان قد شرع (قنن) في ثلاث معاهدات شاملة: معاهدة في نيا حول قانون الاتفاقيات الدولية (عام 1969)، ومعاهدة في نيا حول حق استخلاف الدول في مجال الاتفاقيات (عام 1978)، ومعاهدة في نيا حول الاتفاقيات بين الدول والمنظمات الدولية أو بين المنظمات والمؤسسات الدولية ذاتها (عام 1986).

وبدأ العمل بمعاهدة في نيا للعام 1969 عام 1980، ويعمل بها في أغلبية البلدان منذ عام 1986، أي منذ انضمام الاتحاد السوفيتي إليها. إن هذه المعاهدة تتعلق فقط بالاتفاقات الموقعة بين الدول.

وتشرع معاهدة في نيا للعام 1978 حق الاستخلاف (أي انتقال الحقوق والواجبات من مكون للقانون الدولي إلى مكون آخر) فيما يتعلق بالاتفاقيات الدولية.

وتتضمن معاهدة في نيا للعام 1986 الموضوعات التي تعتبر خصوصية الاتفاقيات بمشاركة المؤسسات الدولية. فبخلاف معاهدة عام 1969. إن معاهدتي عامي 1978 و1986 لا تتمتعان بقوة قانونية في بعض البلدان، ذلك لأنه لم يبدأ العمل بهما، ولأن موضوعاتها سارية المفعول فقط كمعايير عادية لها فقط طبيعة التوصيات.

عدا ميثاق الأمم المتحدة والوثائق المذكورة تلعب الوثيقة الختامية لمؤتمر الأمن والتعاون في أوروبا المنعقد في الأول من آب عام 1975 دوراً خاصاً في تحديد المبادئ الأساسية للقانون الدولي.

ويجب على وسائل الإعلام الجماهيري الأخذ بالحسبان عدا القانون الدولي موضوعات القانون المقارن.

إن مقارنة النظم القانونية في الدول المتجاورة أمر قديم قدم علم القانون نفسه. ودراسة 153 دستور لمدن إغريقية وبربرية تكمن في أساس رسالة أرسطو عن السياسية. في القرون الوسطى قارنوا قانون روما مع القانون العام، وفي إنكلترا في القرن الخامس عشر ناقشوا حسنات القانون العام مع القانون الشامل، وأخيراً، سعى مونتيسكيه إلى دراسة روح القوانين عن طريق المقارنة وإلى تحديد مبادئ النظام الجيد للإدارة.

وبالإمكان عرض أمثلة كثيرة أخرى من الماضي، لكن مع ذلك إن تطور القانون المقارن كعلم يعود إلى زمن ليس بعيداً. ففي الأعوام المئة الأخيرة فقط كان الاعتراف بأهمية القانون المقارن ودرست أساليب هـوأهدافه بانتظام ودخل مصطلح "القانون المقارن" ذاته التداول العلمي.

وباختصار شديد من الممكن إبراز ثلاثة مواقف أساسية تكشف عن أهمية القانون المقارن. إذا إنه مفيد لدراسة تاريخ القانون وفلسفته وللقانون الوطني وللتقاهم بين الشعوب ولإحداث أفضل الأشكال القانونية للعلاقات المتكونة خلال التواصل الدولي.

بعد مونتيسكيه الذي يسمونه أحياناً، أب القانون المقارن أضحي دارجاً تكوين لوحات تاريخية فلسفية واسعة لتطور القانون ، ولهذا الهدف تم استخدام المعطيات عن الشعوب الأخرى، وبدءاً من العادات عند القبائل البدائية استخدام الخبراء قانون البلدان الأكثر تطوراً. ويقدم القانون المقارن فرصة أكبر لمعرفة القانون الوطني وتحسينه.

وإن لجوء المشرع إلى مساعدة القانون المقارن يمكن فقط أن يتوسع في وقتنا الراهن، عندما ينتظر الناس ضمان الاستقرار ، ولو عن طريق قوانين جديدة ترافق تحولات المجتمع.

إن علم القانون بحد ذاته يعتبر عالمياً. فإن كل ما نشر وكتب أو طبق في بلد ما يمكن أن يؤثر في تفسير هذا القانون أو ذلك في بلد آخر. وكانت فكرة توحيد القانون لقرون عديدة تسمى حمورابية لكن الزمن وضع كل شيء في مكانه. فعند تنفيذ التوحيد الدولي للقانون يجرى الحديث ليس حول تغيير مختلف النظم القانونية الوطنية واستبدالها بقانون واحد فوق القوانين الوطنية متخذ على المستوى الدولي. فهذا الأمر مستحيل اليوم بسبب اختلاف النظم القانونية، لكن مثال إحداث المجلس الأوروبي وإقرار المبادئ الدولية (الحريات والحقوق الأساسية) متوفر.

إن كل دولة في عالمنا المعاصر لها قانون، ويحدث أيضاً أن هفي نفس الدولة تعمل نظم قانونية متنافسة. وعلى الرغم من وجود عدد كبير من النظم القانونية، وانطلاقاً من نشوئها الحقوقي التاريخي فمن الممكن تجميعها في عائلات قانونية معينة.

ويمكن أن ينحصر الفارق بين النظم القانونية في الرقابة القضائية على دستورية القوانين. وبالرغم من أن الولايات المتحدة الأمريكية تضع التشريع الوطني فوق معايير القانون الدولي، وأن روسيا وفرنسا وألمانيا تعطي الأولوية للقانون الدولي، فمثل هذه الرقابة موجودة في هذه الدول.

لقد أضحي متبعاً بعد الحرب العالمية الثانية حساب أربع فئات أساسية للنظم القانونية هي: النظام القانوني الروماني. جرمانى، ونظام القانون العام، ونظام

القانون الاشتراكي، ونظام القانون التقليدي. ومع ذلك مهما كانت هذه الفئات ذات أهمية ومهما كان مجال انتشارها واسعاً، فليق يتوقف عليها كل العالم القانوني المعاصر.

ويعتبر القرن الثالث عشر تاريخ ظهور نظام القانون الرومانو-جيرماني من وجهة النظر العلمية. فقبل القرن الثالث عشر كانت عناصره متوفرة فقط. وكانت لها طبيعة القانون العادي ذاتها.

لقد عرفت الإمبراطورية الرومانية حضارة رائعة وأحدثت العبقورية الرومانية نظاماً حقوقياً لا مثيل له في العالم. وبعد ما اعتنق البرابرة المسيحية نشأت ضرورة تقريب النظم القانونية أي تقريب قانون البرابرة و القانون الروماني. وكان ذلك مرتبطاً في الأساس بنهضة أوروبا. وشعر المجتمع الجديد بضرورة البدايات المنظمة الجديدة ذلك لأن حق القوي الذي استخدم حتى ذلك التاريخ (يستخدم الآن) لم يجد يلبي حاجة المجتمع.

وأوضحت الكنيسة واحدة من أول من ميز بين القانون المسيحي والقانون العلماني أو المتحضر. وفكرة أن على المجتمع أن يخضع للقوانين ليست جديدة ، فقد سمح القانون الروماني بذلك. لكن العودة إلى القانون الروماني كان يعتبر خطوة ثورية كبيرة في تلك اللحظة.

وإن نظام القانون التقليدي متنوع جداً ويعد للوهلة الأولى قديماً، لكن وسائل الإعلام الجماهيري داخل البلاد وخارجها عليها أخذها بالحسبان عند تبادل المعلومات الدولية.

وإن تشابك القانون والدين صفة أساسية من صفات القانون الإسلامي (الشريعة). والشريعة الإسلامية لا تعتبر حسب رأي جزء من الحقوقيين الأوروبيين

فرعاً علمياً. الشريعة الإسلامية هي جانب من جوانب الدين. وهي حق واجب مطلق وأن:

- 1 - أولاً، على المسلم أن يؤمن.
- 2 - ثانياً، إن الشريعة تلزم المؤمنين بما يجب أن يقوموا به وما لا يجب القيام به.

وبالرغم من أن الشريعة قد بنيت على فكرة واجبات الإنسان، فقد ترك فيها مكاناً لمفهوم القانون. وافترض الباحثون في مجال القانون الإسلامي، وأن المسلم لا يفرق بين الواجبات أمام الله ومن يشبهه هو بالذات. لكن علماء الشريعة المسلمين غير موافقين على ذلك إطلاقاً. من جهة أولى يعترف فقط بحدود معينة للواجبات (يكلف الله كل شخص ما يستطيع عليه)، ومن جهة ثانية يتم تدقيق حجم الحقوق الخاصة بالمواطن. وإن الفرق بين الشريعة الإسلامية والشرائع الأخرى ينحصر في أن الحقوقيين الإسلاميين لا يعلنون - فقط - عن المعايير الأخلاقية التي غالباً ما ينتهكها الأوروبيون، بل يلتزمون بها بكل حزم. وانطلاقاً من الوحي الإلهي أحدث نظام متكامل لقانون مفصل جداً، قانون المجتمع المثالي الذي سيسود في يوم من الأيام في جميع أنحاء المعمورة. ومن الممكن اتخاذ الموقف الذي تريدون من هذه الفكرة لكن في روح كل إنسان وبغض النظر عن دينه وقناعاته الدينية يعيش مثل هذا الأمل. فللإسلام من حيث جوهره دين القانون.

للقانون الإسلامي أربعة مصادر. أولاً القرآن الكريم، الكتاب المقدس للإسلام، ومن ثم السنة أو السيرة (بفهم من السيرة نمط حياة الرسول محمد صلى

الله عليه وسلم) المرتبطة بالوحي الإلهي، وثالثاً الإجماع أو الاتفاق بين علماء الإسلام وأخيراً القياس، أو المحاكمة العقلية على المماثلة القياس.

إن القانون الإسلامي والتقاليد الشعبية تعيران الأخبار والمعلومات في جميع مظاهرها أهمية كبيرة. وهكذا حتى في الأحاديث الموثوقة "التي تحت قرننتها في القرن التاسع يمنع تصوير ورسم الكائنات الحية وبخاصة الإنسان. واعتبر لاهوتي القرون الحادي عشر والثاني عشر والثالث عشر (الغزالي وغيره) هذه الرسومات ذنباً شنيعاً. وفي هذا بالذات سر الفن الرفيع في الزخرفة الشرقية وازدهار البلدان في الشرقيين الأدنى والأوسط، حتى في المغرب العربي. ولقد أثرت الشريعة الإسلامية ولا تزال تؤثر بقوة هائلة على صحافة البلدان الإسلامية.

والنظام التالي للقانون التقليدي هو القانون الهندوسي. لا يجوز الخلط هنا ، فهذا ليس قانون الهند، كما أن الشريعة الإسلامية ليست هي القانون نفس هفي الدول الإسلامية. والقانون الهندوسي هو قانون القبائل التي تأخذ من الهندوسية ديناً لها في الهند ، والدول الأخرى في جنوب شرق آسيا. وكما الإسلام فليق الهندوسية تفرض على تابعيها إلى جانب قبول العقيدة عقائد ثابتة (جامدة) معينة لفهم معين للعالم. وتتميز حضارة الهند عن الحضارة المسيحية أو الحضارة الإسلامية. فالنسبة للمسلمين واليهود يعتمد مبدأ الكتاب المقدس الذي بناء عليه يعتبر الناس متساوين أمام الله الذين خلقوا على شكله. أما الهندوسية فلا تعرف هذه النظرية الأساسية. فبالنسبة لها يعد الإنسان نجساً بسيطاً. لكن هناك فقط أناس منقسمون منذ لحظة ولادتهم إلى فئات اجتماعية متدرجة كل واحدة منها لها نظامها القانوني وواجباتها. وإن المعايير التي تتحدث عن سلوك الناس وردت في

كتب باسم "شاستروي" ولهذه الشاستروي ثلاثة أنواع، لأن العالم قائم على ثلاثة فيلة: الفضيلة والملذات والمصلحة.

وبعض الشاستريات تعلم كيفية التصرف كي ترضي الله. هذا هو علم وهارما. والشاستريات الأخرى تعلم كيفية الإثراء وفق القيادة. وأرقها علم المنفعة والسياسة. وهناك شاستريات تطور علم الملذات. وهو علم غاما. فكل الشاستريات الثلاث علنية، ومن الطبيعي أن تتطلب التزام الناس بها، في غضون ذلك على كل شخص أن يتصرف هكذا كما يحدد ووضعه الاجتماعي.

وتتمتع دهارما بالأولوية، لكن لا يعني هذا أنها تعتبر من الأخلاق الهندوسية إن الدهارما على الأرجح الموديل المبسط الذي يسمح بالرفض ويتطلب المرونة في روح الواقعية والعبر التي تعتبر المميّزة للديانة الهندوسية. وقد بنيت الدهارما على الاعتقاد بأن هناك نظاماً عالمياً شاملاً ينبع من طبيعة الأشياء الضرورية للحفاظ على العالم، في حين الآلهة أنفسهم يعدون حافزين لهذا النظام. وتحدث الدهارما عن سلوك الناس دون التفريق بين الواجبات القانونية والدينية. وقد كشف تاريخ الأدب الهندي الذي يصل إلى ثلاثة آلاف عام وأكثر الأناشيد الدينية، الأنواع التي تتضمن مبادئ الشعر الغنائي والملحمة والدراما لكن وفي تلك الأزمان كانت هناك قواعد لاستخدامها. وهذه القواعد كانت مقدمات نشوء نظام المعلومات المتحكم بها "المتفرع"، مثل، استخدام شهرة مسرح الأشباح القديم في الهند حتى الآن والذي يستخدم المحاور التقليدية في الملحمة الهندية. وبالطبع إن كل خصائص "الحضارة" الأخرى مع رقابتها ورسائلها وأساليبها في التلاعب للضغط قد وجدت مكاناً لها في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية الهندية في الماضي والحاضر.

وينفرد هنا بشكل خاص القانون التقليدي الصيني. إن نظرية البنية الاجتماعية التي تطورت حتى القرن التاسع عشر دون أي تدخل أجنبي أو تأثير خارجي تتميز بالكامل عن النظرية الغربية. وفكرتها الأساسية هي التعاون المتبادل بين الأرض والسماء والناس. إن السماء والأرض خاضعتان لقوانين ثابتة، أما الناس فهم أصحاب تصرفاتهم، لذلك يعود أمر هل سيكون في العالم نظام إلى تصرفاتهم.

إن الهرمونيا (التناغم) التي يعود إليها التوازن في العالم وسعادة الناس يمثلان في جانبين.

أولاً، كهرمونيا بين الإنسان والطبيعة. إن سلوك الإنسان يجب أن يتناسب مع النظام الطبيعي. ولتفادي الوباء والقحط والفيضانات والزلازل لا بد من حساب موضع الكرة الأرضية ووقت السنة. وعلى الحكام إعطاء أمثلة على الحياة بالتناغم مع النظام الطبيعي، وهذه هي مهمتهم الأساسية. وإن الفضيلة والأخلاق هما الصفتان الأكثر أهمية للحكام من معارفهم التطبيقية.

وثانياً: إن الهرمونيا ضرورية بين الناس فيجب أن تكون فكرة الوفاق والبحث عن الوفاق في مقدمة العلاقات الاجتماعية ولا بد من تماشي الإدانة والعقوبة وقرارات الأكثرية. ويجب أن تكون التربية والقناعات في المقدمة وليس السلطة والالتزام.

ونتيجة لهذه الأفكار فلي الصينيين يقفون موفقاً سلبياً من حيث المبدأ من الفكرة الأوروبية حول القانون مع صرامته وتجريده. فالإنسان يجب أن لا يصر على حقوقه، بما أن واجب كل واحد هو السعي إلى الوفاق ونسيان ذاته لصالح

الجميع. وإن القرار المحدد يجب أن يستجيب للمشاعر والأحاسيس الإنسانية والعادلة، وألا يكون محشوراً في أطر مخطط حقوقي.

لا تعتبر القوانين وسيلة قياسية كل النزاعات بين الناس وإن دورها المفيد يحدد بأنها تقترح نماذج للسلوك وتحذر أولئك الذين يتصرفون بصورة مخالفة للعادات والتقاليد الاجتماعية. لكن هنا لا يدور الحديث حول الاحترام الحرفي للقوانين، فعند استخدامها وتطبيقها يجب الالتزام بحرية كبيرة للرأي، والأمر الأمثل ينحصر في ألا تستخدم القوانين إطلاقاً ، وفي ألا تصدر الأحكام القضائية أبداً. إن النظرية الصينية التقليدية لا تنفي القانون، لكنها تفترض في هذه الأثناء أنه خصص للبرابرة ولأولئك الذين لا يهتمون بالأخلاق وللمجرمين غير القابلين للإصلاح وللأجانب الذين تعد الحضارة الصينية غريبة عليهم.

ولقد تراجعت القوانين التقليدية في الصين أمام القوانين الاشتراكية بعد قيام جمهورية الصين الشعبية. ولقد أعطى القانون الصيني الغاية اهتماماً كبيراً ولا يزال بوسائل الاتصالات الجماهيرية والإعلام الجماهيرية منظماً بذلك التدفقات الإعلامية القائمة بالتناسب مع متطلبات العصر.

وبشبه القانون الياباني القانون الصيني، لكنه يختلف عنه بعض الاختلافات الجوهرية. فلم تكن اليابان تملك أي تواصل مع الغرب حتى العام 1852، في حين أن علاقاتها مع الصين كانت تمثل مكانة هامة في تاريخها. إلا أن نمط التفكير الياباني كان يمتاز عن الصيني لقد حافظ على أصالته الواضحة المرتبطة بالتطور الوطني التاريخي تماماً.

إن أول آثار للقانون الياباني ظهرت في عصر تاكا الذي بدأ عام 646. في هذه المرحلة وضعت في اليابان قواعد سياسة أخلاقية فريدة من نوعها تفترض

بخاصة نظام توزيع الموارد العائدة للدولة، والأراضي بالعلاقة بعدد الأفواه (الأشخاص) والتقسيم الصارم للمجتمع إلى درجات ومراتب. فكل طبقة يجب أن تقوم بوظيفة محددة للغاية في الدولة. وإن واجبات كل واحد دقت وحددت في كتب قانونية سميت "رينسو-ريو" وهذه الكتب التي وضعت حسب النموذج الصيني تضمنت في أساس المعايير التكنيلية (رينسو-ريو) وإن هذه الكتب التي وضعت حسب النموذج الصيني في الأساس المعايير التكنيلية (رينسو) والمعايير الإدارية (ريو). وقد علق وعلق عليها في مدراس القانون والإدارة لأهداف تربوية. وهي بعيدة عن مفهوم القوانين الشخصية (الذاتية)، لكنها تقترب من إعطاء القانون أهمية معينة.

والآن في اليابان التشريع العصري الذي يرتبط بنظم الغرب القانونية وبخاصة النظم القانونية الرومانية في القارة الأوروبية. ابتداء من عام 1872 قد أعدت سلسلة متكاملة من القوانين التي وضعت بمساعدة الحقوقيين الغربيين، مثل القانون الجنائي والقانون الجنائي الإجرائي الذي اتخذ عام 1882، وقوانين بناء القضاء والقانون المدني الإجرائي واتخذت في عام 1890. وكان القانون المدني أكثرها تعقيداً وقد اتخذ وأقر عام 1898. وفيما بعد وتحت تأثير القانون الغربي اتخذت قوانين أخرى في اليابان.

نظام القانون العام يمتاز كثيراً عن القانون التقليدي. يمكن إبراز أربع مراحل في تاريخ القانون الإنكليزي الذي يعد الأكثر تميزاً. المرحلة الأولى سبقت الاحتلال النورماندي عام 1066 والثانية تبدأ من عام 1066 حتى قيام سلالة تيودور الملكية (1485) وهي مرحلة قيام القانون العام عندما تأكد تغلبه على العادات المحلية، والمرحلة الثالثة بدأت من عام 1485 حتى عام 1832 وهي مرحلة ازدهار القانون

العام إلا أنه كان مضطراً إلى تقديم التنازلات أمام نظام قانوني إضافي الأمر الذي وجد تعبيراً له في معايير العدالة " والمرحلة الرابعة تبدأ من عام 1832 حتى أيامنا هذه. أي عندما واجه القانون العام تطوراً هائلاً للتشريعات وكان عليه أن يتأقلم مع المجتمع حيث تتزايد باستمرار أهمية إدارة الدولة.

منذ البداية انحصر القانون العام في عدد معين من الأشكال الإجرائية التي في أطرها كان من الممكن الحصول على قرار، لكن كان من المستحيل معرفته بدقة. وسار القانون العام ببطء نحو وضع المعايير التي تحدد حقوق كل فرد وواجباته. وتم التعبير عن أكثر العوامل التاريخية أهمية في تطور القانون الإنكليزي وهي لا تزال قائمة في القانون الإنكليزي الحالي واليك أربعة جوانب هامة في القانون الإنكليزي:

- المراعاة التامة للعملية الاجتماعية الحارية.
- تحديد نوع القانون (الحصر).
- غياب تجزئة القانون العام الخاص.
- عدم استيعاب القانون الروماني.

ما الذي يميز إذا القانون الإنكليزي عن النظم القانونية الرومانية؟
إن نظام النظم القانونية الرومانية هو نظام عقلاني ومنطقي نسبياً، ذلك لأنه أحدث، إن كان الحديث عن المبادئ الأساسية نتيجة لجهود الجامعات والمشرعين. وإن بناء النظم القانونية الرومانية الجرمانية غير كامل من وجهة نظر المنطق الخالص. إلا أن الكثير قد أحدث في سبيل تبسيط استيعابه. أما القانون الإنكليزي فعلى العكس منذ ذلك قد أحدث دون أي اهتمام بالمنطق وفي الأطر التي كانت قد تحددت فيها الإجراءات القضائية.

إن القانون الإنكليزي في مجال وسائل الإعلام الجماهيري يعتبر الآن معقداً للغاية ومبنياً على القانون العام وعند تحليل أي عمل يتخذ بعين الاعتبار ليس فقط نصوصه بل روحه العامة الأمر الذي يعتبر هاماً للغاية.

وإن تاريخ تطور قانون الولايات المتحدة الأمريكية ووضعه الراهن له خصائصه أيضاً. لقد كان تطبيق القانون العام والقوانين الإنكليزية متبعاً على أراضي أمريكا، لكن مع بعض التحفظات. والقانون الإنكليزي الذي وضعه المجتمع الإقطاعي لم يعيش كثيراً على الأراضي الأمريكية ونشأت الحرية في الآراء القضائية. وكرد فعل على تعسف القضاة في مختلف المستعمرات قامت عدة محاولات لتشريع الحقوق. وبخلاف القانون الإنكليزي لقد رحب الأمريكيون بالقانون المكتوب ورغبوا في احترام نص القانون، ذلك لأن نص القانون بالذات كان مفهوماً أكثر للجميع الأمر الذي ميز القانون الأمريكي عن الإنكليزي.

ومنذ عام 1776 بدأ قانون الولايات المتحدة وقانون إنكلترا يتطوران باستقلالية تامة عن بعضهما البعض، إلا أن هما يعودان إلى عائلة واحدة، في القانون العام. بالنسبة لرجل القانون الإنكليزي إن القانون هو فقط قانون التطبيق القضائي. وإن لم يكن هناك سوابق، فرجل القانون الأمريكي يسأل متى يمنح "حق الصمت في هذه القضية" وإن كان هناك معيار محدد لقانون يتعلق بهذه المسألة إن قانون الولايات المتحدة له بينته وتركيبه المشابه بشكل عام لتركيبه القانون العام.

لكن هناك اختلافاً جوهرياً واحداً ، وهو تقسيم السلطة القضائية إلى سلطة فيدرالية وسلطة الولايات. إن الولايات المتحدة دولة فيدرالية ولذلك عند حل أي قضية تبرز مسألة من صلاحية من سيكون حل القضية الراهنة ؟ وإن التعديل

العاشر في الدستور الأمريكي الذي أقر عام 1791 قد حل بوضوح تام هذه المسألة: إن الصلاحية التي لم تعط من قبل الدستور الحالي للولايات المتحدة والتي لا تحرم استخدامها ولايات معينة تبقى للولايات أو الشعب. وعمل بهذا المبدأ دائماً . إن التشريع يعطي إلى صلاحية الولايات، وصلاحيات السلطات الفيدرالية الاستثناء الذي عليه دائماً أن يركز إلى مادة معينة في الدستور ومن حيث الجوهر أنه في مجال تلك القضايا التي يكون الكونغرس مشرعاً فيها تعطي الولايات صلاحية محددة. ومهما كان الفيدرالي هاماً يبقى قانون الولايات في الحياة العادية الأكثر أهمية بالنسبة للمواطنين ورجال القانون.

وانطلاقاً من وضع القانون إن النظام القضائي في الولايات المتحدة الأمريكية يتمتع بتركيبة خاصة به، تتضمن المحاكم الفيدرالية من جهة ومن جهة ثانية، محاكم الولايات. وبخلاف أكثرية الفيدراليات حيث المحاكم الفيدرالية توجد فقط أعلى درجة على سلم المحاكمات، فقد أحدثت الولايات المتحدة الأمريكية نظاماً آخر يمكن اللجوء إلى المحاكم الفيدرالية في أكثر الحالات حسب المرجع الأول. وبالتالي يمكن الحديث عن أن الولايات المتحدة الأمريكية تحوي نظامين قضائيين في آن واحد.

ويشكل القانون الإسكتلندي محط اهتمام خاص. فمن المعروف أن النظام القانوني غير متجانس في بريطانيا العظمى. وعندما نتحدث عن تأثير القانون الإنكليزي في بلدان ما يسمى بالمجموعة الإنكليزية ، نقصد ذاك النظام القانوني الذي تكون تاريخياً ولا يزال قائماً حتى الآن في إنكلترا و ويلز. في حين أن المملكة المتحدة وأيرلندا الشمالية تدخل معها مناطق وأقاليم لها أنظمتها القضائية التي تختلف جوهرياً عن الأنظمة القضائية في إنكلترا وويلز. وتعد اسكتلندا في

هذا السياق الظاهرة الدستورية الفريدة داخل الدولة الموحدة. وبالرغم من أنه خلال أكثر من قرنين بعد التوحيد مع إنكلترا عام 1707 قرار اسكتلندا من قبل الحكومة الإنكليزية والبرلمان الإنكليزي، ومن الطبيعي أن تتأثر مباشرة بالسياسة العامة لبريطانيا العظمى (بما في ذلك التأثير في النظام القضائي)، إلا أن القانون يحافظ على، استقلالية النسبية حتى يومنا هذا. وكانت قد بدأت في العام 1948 عملية النشر السنوي للتشريع الاسكتلندي الجاري والتي لا تزال جارية حتى اليوم، ويتضمن هذا الكتاب قواعد المرافعات القضائية المدني وقواعد المرافعات القضائية الجنائية التي توضع على مستوى القوانين بفعل حق البرلمان المتكون تاريخنا ندب صلاحياته القضائية، ويصدر هذا الكتاب عن القضاء الدوري والأعلى (القضاء الأعلى في أسكتلندا). وتعود عملياً المرافعات إلى محاضر التشريع المنتدب. أما المحاضر الأخرى المتبقية للتشريع المنتدب فتتشر في المجموعة العامة " للمحاضر التابعة للقانون على شكل مجلدات تصدر سنوياً لتضاف إلى المجلدات المتضمنة التغييرات والإضافات.

وبعد انضمام بريطانيا إلى الاتحاد الأوربي يعترف الحقوقيون الاسكتلنديون مثلهم مثل زملائهم الإنكليز كمصدر للقانون، بللوثائق التي يصدرها الاتحاد. وبعد التشريع البرلمان كمصدر للقانون الأساسي الذي بواسطته تسير بالفعل لا تستطيع أن تسير عملية توحيد القانون الاسكتلندي والنظم القانونية الاسكتلندية حسب الموديل الإنكليزي، وتاريخ تكون نظام القانون الاشتراكي هو تاريخ التغير في نظام القانون الذي اتخذته الدولة وخضوعه لمبدأ تشكيل الدولة الاشتراكية الجديدة الإيديولوجي. وإن نظرية القانون الاشتراكي التي تشكلت في ظروف ديكتاتورية البروليتاريا كان عليها إقرار الموضوعة الماركسية حول الدولة والقانون

وفي الوقت نفسه تطويرها في سبيل تطبيقها العملي السريع. وقد ساهم القانون الاشتراكي مساهمة لا تقدر بثمن في مفهوم إمكانية تشكيل القانون كما هو.

إن نظرية القانون الثوري البروليتاري الجديد كوسيلة لتطبيق ديكتاتورية البروليتاريا قد تطورت بفاعلية وأدخلت في التطبيق في مجال القانون السوفيتي بفضل د.ي كورسكي، كوميسار الشعب لشؤون العدل بين عامي 1918-1928. وكان هو نفسه أيضاً أول مدع عام للجمهورية. والقانون في ظروف ديكتاتورية البروليتاريا حسب كورسكي، التعبير عن مصالح البروليتاريا. روديكتاتورية البروليتاريا تستطيع أن تعترف بمصالح طبقتها فقط بشكل عام ، والممثل الحقيقي لهذه الديكتاتورية كل الطبقة عموماً، أي العمال والفلاحون الفقراء المنظمون في الحزب الشيوعي وفي السوفييتات....

ولا مكان في القانون الاشتراكي للاعتراف بالدفاع عن حقوق الفرد وحرياته "إن استبدال كل معايير القانون البرجوازي هو الضمانة الوحيدة للعدالة بالنسبة للبروليتاريا الزراعية والصناعية والفلاحين الفقراء وقد وضعت وتنفذ من خلال الديكتاتورية هدفاً عظيماً هو القضاء الكامل على البرجوارية والقضاء على استغلال الإنسان للإنسان وإقرار الاشتراكية".

لقد أحدث نظام القانون الاشتراكي كنظام لقمع الفرد. وقد لعب دوراً هاماً في تطوير هذا النظام ب.ي. ستوتشكا الذي كان في السنوات الأولى للسلطة السوفيتية وزيراً للعدل، وفيما بعد (1921-1932) رئيساً للمحكمة العليا في روسيا الفيدرالية السوفيتية، ومع تطور الدولة والإعلان عن بناء مجتمع غير طبقي اتخذ نظام القانون الاشتراكي بعض التغيير الشكلي فمن سلاح سياسي للبروليتاريا اتخذ

نظام معايير القانون التي وضعتها أجهزة ديكتاتورية البرولتاريا. في هذه الغضون أضحي القانون الاشتراكي يفهم كقانون للدولة الاشتراكية وجهاز للسلطة والإكراه. ولا يزال القانون الاشتراكي حياً حتى الآن ويعمل به في مناطق كثيرة في المجال السوفيتي السابق وفي كوبا أيضاً.

وبغض النظر عن النظم القانونية الموجودة في هذا البلد أو ذاك يعير القانون الدولي حرية الكلمة وحرية الصحافة أهمية كبرى جداً وأشارت المحكمة الأوروبية الخاصة بحقوق الإنسان إلى أن حرية الصحافة، تتطلب وبخاصة إلى حماية خاصة وذلك في سبيل ضمان إمكانية لعب دور حيوي دور محام اجتماعي في سبيل نشر المعلومات ذات الأهمية. وللعوامل الاقتصادية والتاريخية الثقافة أهمية حاسمة فالثقافة تحدد علاقة الوسط الاجتماعي بالصحافة وكيف يقدر هذا الوسط المتابعات الصحفية وكذلك الودود السلبية على ما ينشر من مواد تمس مسائل الحياة الخاصة. وفي الوقت ذاته كيف تستطيع المحاكمات القضائية في مجال الكذب والتدخل في الحياة الخاصة - من دون شك - أن تضر بالوضع المالي للجريدة، إن تأثيرها الكامن على سمعة وسائل الإعلام الجماهيري يمكن أن يكون على الأقل وسيلة فرملة للمستوى نفسه.

إن الإتهام بالكذب في بعض الدول أو إخفاء المعلومات التي يمكن أن تساعد الشرطة في تحري المخالفات القانونية يمكن أن يضر كثيراً بسمعة الجريدة ففي دول أخرى يستطيع الوسط الاجتماعي أن يعتبر المحاكمة القضائية ثمناً للمتابعة الصحفية النشيطة جداً، وإن العوامل الاقتصادية أيضاً تؤثر تأثيراً كبيراً في الصحافة: ففي بعض البلدان نجد المنافسة ومركزة ملكية وسائل الإعلام الجماهيري قد أدت إلى تخفيض المقاييس الصحفية العامة وإلى تقليص التنوع في

الآراء، وفي الوقت ذاته - كما هي الحال في دول أخرى - إن المركزة ليس لها الأهمية الكبرى.

وقد أدى الخوف من انتشار الإيديولوجيا النازية والسوفيتية والإرهابية إلى تحديد صارم خاص بهذه الأفكار. وإن تأثير مختلف العوامل الاقتصادية والثقافة التاريخية تجعل من إحداث نظام موحد للتشريعات في مجال الصحافة مستحيلاً بالنسبة لكل البلدان.

ويمكن العثور على أمثلة في التشريع العالمي حيث ضمانات حرية الصحافة وحرية الكلمة غيره واضحة تماماً (بريطانية وأستراليا مثلاً). وفي أكثرية الدول الأخرى التي يضمن الدستور فيها حرية التعبير عن الرأي، يعلن الكثيرون عن حماية خاصة للصحافة. ويعتقد أن ممثلي الصحافة في ألمانيا وإسبانيا يتمتعون بحقوق جمع ونشر معلومات كثيرة أكثر من أي بلد آخر. وهذه الحقوق هي نتيجة للدور الخاص للصحافة في تكوين الرأي العام وفي خدمة المصالح الاجتماعية.

إن القوانين الأساسية التي تؤثر على الصحافة، بما فيها قوانين حول الكذب والتدخل في الحياة الخاصة في النمسا وكندا والولايات المتحدة هي قوانين مكونات الفيدراليات، ففي النمسا إن الحكومة الفيدرالية تتمتع بكل الصلاحيات لحل المسائل المتعلقة بالصحافة. وفي ألمانيا إن القانون الفيدرالي يحل المسائل المتعلقة والتدخل في الحياة الخاصة في حين أن المسائل الأخرى المرتبطة بالإعلام الجماهيري تحل على مستوى تشريعات الأراضي وتوجد آراء في ألمانيا مفادها أن كل المسائل المتعلقة بالصحافة يجب أن تحل من قبل الحكومة الفيدرالية في سبيل جعل التعقيدات الناشئة بسبب توزيع الصلاحيات في حدها الأدنى.

لا توجد في بعض البلدان قوانين خاصة بوسائل الإعلام الجماهيري، لأنها تعتقد أن وسائل الإعلام الجماهيري تخضع للقوانين نفسها التي تحدد العلاقات الأخرى في المجتمع. وهكذا لا نجد قانوناً للصحافة في هولندا مثلاً، لأن العديد من المسائل المتعلقة بنشاطها معروضة في القانون المدني والجنائي والإداري. ولا بد من الإشارة خاصة إلى مسائل تنظيم حق ملكية الصحافة، أي وسائل الإعلام الجماهيري. فتنظر حكومات العديد من البلدان إلى هذه المسائل بمناظر مختلفة. ففي فرنسا وألمانيا كانت قد اتخذت قوانين صارمة تمنع الصفقات التي تقود إلى نسبة مركزة الصحافة. وإن فاعلية هذه القوانين قد خفت بعد الفشل الجزئي لمحاولات تنظيم الملكية على وسائل الإعلام الجماهيري. وإن اللجنة الخاصة بالاحتكارات ودمج الشركات في بريطانيا تمارس العمل في مجال تصفية دمج الصحف، لكن في الواقع إن إمكانياتها في مجال الحؤول دون هذه العملية محددة للغاية.

وتقدم الحكومات في العديد من الدول، في النمسا وفرنسا وهولندا والنرويج والسويد مثلاً بمنح قروض للصحف التي تعاني من صعوبات مالية بهدف الحفاظ على توازي الآراء. وإن النظام الدانماركي مدهش بسبب أن أكثرية القروض تقدم لفترة زمنية محددة في سبيل مساعدة الصحف "في ضرورتها الخاصة" منذ بدئها في الصدور، أو المساعدة على الاستمرار في مرحلة صعبة. وسارت أكثرية الدول على طريق تغطية بعض النفقات، ولنقل الضرائب أو النفقات البريدية (الهاتفية) للصحف ومثل هذه المعونات غير المباشرة لا تستدعي في أكثريتها الممانعة والاحتجاج وتعتبر دعماً مؤثراً وفاعلاً في الصحافة.

وإن التجربة العامة لبعض الدول تساعد على تطوير القانون الدولي بطريقتين: أولاً، التجربة تتبع من الالتزام القانوني ولذلك تستطيع أن تؤدي إلى نشوء معايير القانون الدولي العادي أو القانون المحلي التي تطبق في كل البلدان التي لا تتعارض مع معاييرها بشكل واضح. وثانياً، إن وجود التجربة العامة بالنسبة للدول المشاركة في الاتفاقية الدولية يمكن أن يساعد على ظهور تأويل موحد لموضوعات الاتفاقية.

إن الخصائص القانونية لتوظيف وسائل الإعلام الجماهيري لا تقلل من فاعلية هرمونية التشريعات الوطنية، لكن فقط تؤكد ضرورتها.

2- التنظيم الذاتي في الصحافة:

يلعب التنظيم الذاتي في الصحافة إلى جانب التنظيم القانوني للأخبار وتدفقاتها دوراً كبيراً والذي يتضمن المعايير الأخلاقية، ومشاركة الصحفيين في مختلف الاتحادات والروابط الصحفية، والمعايير العامة لإعداد المواد ونشرها في وسائل الإعلام الجماهيري.

ولقد كرس عدد غير قليل من الأدبيات، التي يمس العديد منها مسألة التنظيم الذاتي في الصحافة بهذه الدرجة أو تلك، لحرية الكلمة وحرية الصحافة. وعند النظر المتعمق في هذه المسألة فإن ما يلفت النظر بصورة غير إرادية هي الحالة غير المألوفة وهي: وجود تنظيم ذاتي للصحافة عقلاني وصارم بما يكفي في البلدان التي يعطي فيها القانون الحريات الواسعة. وبالعكس، فهناك حيث القوانين متشددة ولا يوجد الكثير من الإمكانيات والفرص لإظهار حرية الفكر نجد نظام التنظيم الذاتي يمكن أن يكون في وضع بدائي. لنأخذ مثلاً السويد والنرويج.

إن جذور مبدأ العلانية في السويد عميقة وبعيدة بللقدر نفسه الذي عليه جذور حرية الصحافة السويدية، إنها ترجع إلى أول قانون عن حرية الصحافة عام 1766. وعدت هذه الحرية الأكثر ديمقراطية في أوروبا حينذاك، لكنها لم تكن الوحيدة. فالتشريع البريطاني قد أقر قبل خمسين عاماً من ذلك التاريخ، لكنه لم يكن راديكالياً لهذه الدرجة. وبعد عشرين عاماً تعلن الولايات المتحدة الأمريكية أيضاً عن حرية الصحافة على شكل "أول تعديل" في الدستور.

وقبل الاستفتاء الشعبي العام حول انضمام السويد إلى الاتحاد الأوروبي كان مستقبل مبدأ العلانية أحد الأسئلة الأساسية. وبما أن التقليد القانوني (الحقوقي) المتناسب في أكثرية بلدان الاتحاد الأوروبي غائب تخوف الكثيرون من أن العلانية السويدية سوف تضعف بسبب التكامل مع الرابطة الحقوقية الأوروبية. وقد ورد إعلان خاص في اتفاق انضمام السويد إلى الاتحاد الأوروبي عن مبدأ العلانية. ويشار إلى موضوعات مبدأ العلانية فيه على شكل أسس "إرث السويد الدستوري والسياسي والثقافي". والجانب المقابل (الاتحاد الأوروبي) رد بإعلان خاص به حيث أشير في الوقت ذاته مع وجهة النظر السويدية إلى أن هاشتراط على السويد الالتزام بالمعايير القانونية للأسرة الأوروبية كونها عضوة في الاتحاد الأوروبي.

لقد سعى المشرعون السويديون للدفاع عن وسائل الإعلام الجماهيري من الاهتمامات القانونية عن طريق إحداث قواعد خاصة ومؤسسات خاصة لإدارة القضايا المتعلقة بقانون حرية الصحافة. وللملاحقة القضائية حسب هذا القانون لابد من قرار يصدر عن المستشار لشؤون العدل، لذلك لا يستطيع النواب العامون المحليون العاديون رفع قضية. فعلى المستشار الحصول على موافقة

الحكومة قبل بدء القضية التي يمكن لها أن تترك آثاراً سياسية. كما نرى، لابد من اشتراط الكثير لتحويل القضية إلى القضاء. زد على ذلك، أن القضايا المتعلقة بالصحافة تنتظر بها محكمة المحلفين، المؤسسة غير المعروفة بالنسبة للنظام القضائي السعودي. وتتألف من تسعة قضاة غير محترفين منتخبين من القائمة بعد أن كانت أعطيت الفرصة للأطراف المشاركة لاستبعاد المرشحين الذين اعتبروا شغوفين أو غير مناسبين لأسباب أخرى. وإن مهمة المحلفين هي تأييد أو رفض الاتهامات المحددة التي ترفع إلى القضاء بما يتعلق بتذنيب الناشر المسؤول، وللحكم بالتذنيب لا بد من الحصول على موافقة ست محلفين على الأقل. ويستطيع أعضاء المحكمة تبرئة المتهم بغض النظر عن إقرار المحلفين إلا أنهم لا يستطيعون إلغاء قرارهم حول تبرئته.

إن كل دورية تصدر أربع مرات في العام أو أكثر يجب تعيين ناشر مسؤول عنها، يكون المسؤول الوحيد عن مضمون ما ينتشر فيها. وهو فقط من الذي يكون مسؤولاً عن المخالفات وخرق قانون حرية الصحافة. ويعين مالك الدورية الناشر المسؤول. وعليه أن يعيش دائماً على الأراضي السعودية ومن عام 1978 أخذ مفعول التعديل الذي يسمح بأن يعين في هذا المنصب أجنبي يعيش دائماً في السويد، ممن بلغوا السن القانونية ولم يعد إليهم الاعتبار بعد الإفلاس. ويمكن للناشر المسؤول أن يعين لنفسه نائباً وعليه أن يقوم بذلك إن لم يكن في وضع يسمح له بالقيام بواجباته، وفي حالات نادرة - فقط - لا أحد منهما يمكن أن يسأل عن خرق قانون الصحافة ويمكن معاقبة شخص آخر. يفترض القانون لمثل هذه الأوضاع المعقدة "سلسلة مسؤوليات" بناء عليها تلقى المسؤولية القانونية على مالك الدورية. وإن كان هناك سبب لا يجوز معه توجيه الاتهام إلى المالك تصبح

المطبعة مسؤولة عن الخروقات. وفي أقصى الحالات والإجراءات يمكن توجيه الاتهام إلى الموزع، وهذه الموضوعات تطبق بشكل أساسي على المواد المنشورة في الدوريات الأجنبية والداخلية إلى السويد والتي تستدعي الأسس والأسباب الموجبة للملاحظة القضائية، في مثل هذه الحالة إن القانون السويدي لا يطبق على الحلقات الأولى من السلسلة. ويمكن أن تطرح مسألة تقسيم المسؤولية فقط في حالة إلحاق الضرر.

إن مؤسسات الصحافة السويدية قد سعت خلال عقود عديدة من الزمن إلى أن تكون حامية للحريات التي يضمنها الدستور.

ففي العام 1916 أحدث نادي الصحفيين (النادي الصحفي الوطني) ورابطة ناشري الصحف السويدية واتحاد الصحفيين السويديين المجلس السويدي لشؤون الصحافة والمؤسسة الأولى من موقعها في العالم. وفي عام 1923 لأول مرة يتخذ نادي الصحفيين قانون الأخلاق الصحفية. وبعد عدة تعديلات في العام 1994 تم إقرار القانون في صيغته الراهنة وبدأ تنفيذه من قبل الصحفيين والناشرين وشركات الإرسال. وهدف هذا القانون هو ضمان الالتزام بالمعايير الأخلاقية العليا عموماً، وبخاصة في سبيل حماية الفرد من التدخل في حياته الشخصية، ومن التلقيق وغيره من المنشورات التي تع ود عليه بالضرر. وكرس فصل خاص لمكافحة الإعلان التحريري والأساليب الأخرى غير الشرعية من أجل توعية القارئ. وتتابع مثل هذا النوع من المخالفات اللجنة الخاصة المشكلة لذلك.

ويمكن إيجاز المبادئ الأخلاقية في وسائل الإعلام الجماهيري في السويد

بالاتي:

- قدم أخبار محددة.

- لا تتهرب من المناقشة.
- احترم الفرد.
- كن حذراً بالتعامل مع الإيضاحات (وسائل الإيضاح).
- استمع إلى الطرف الآخر.
- لا تذكر الأسماء وتحشرها.

وتعمل أيضاً القواعد المهينة بالنسبة للصحفيين الذين تشتت أمانتهم وأساليب جمع المواد زمن صدور المنشورات (المواد).

إن المجلس السويدي للصحافة أو محكمة الشرف التي تأسست عام 1916 تعتبر الأقدم في العالم والوحيدة من نوعها. ومؤسسوها كانوا كلاً من نادي الصحافة الوطني واتحاد الصحفيين ورابطة ناشري الصحف. إن مجلس الصحافة يتألف من القاضي الذي يعتبر رئيساً وممثلين عن المؤسسات التأسيسية المذكورة أعلاه فهناك ممثل واحد عن كل مؤسسة ممثلان اثنان عن الوسط الاجتماعي لا علاقة لهما أبداً بناشري الصحف ومؤسساتهم.

وقد تأسست مؤسسة إمبرورسمن (ممثل مصالح) في مجال الصحافة للأوساط الاجتماعية الواسعة عام 1969. يقوم بتعيين ممثل المصالح لجنة خاصة مؤلفة من ممثلي مصالح برلمانين ومن رؤساء نادي الصحافة والريطة السويدية للمحامين. وعندما لم يكن ممثل للمصالح في مجال الصحافة كانت الشكاوى بصدد المخالفات في الصحافة تقدم إلى مجلس الصحافة للنظر فيها، أما الآن فإنها تقدم أولاً إلى ممثل المصالح في مجال الصحافة للنظر فيها، والذي يملك الحق أيضاً يرفع قضية حول المخالفات بمبادرة خاصة .

وإن أي مواطن له مصلحة أو مهتم يستطيع أن يقدم الشكوى إلى ممثل المصالح الصحفية أو يحتج على نشر المادة التي يعتقد أنها مخالفة للأخلاق الصحفية. إلا أن الفرد الذي تعرضت له الجريدة يجب أن يوافق في حال كانت شكواه ستؤدي إلى ملاحقة الجريدة قضائياً. وإن ممثل المصالح بعد أن يستلم الشكوى عليه التحقق من جاهزية الجريدة واستعدادها لنشر التصحيح أو الإجابة المناسبة.

لهذا السبب يستطيع ممثل المصالح في الجريدة - وإن كان مستحيلاً - حل المسألة بهذه الطريقة وممثل المصالح يعتقد أن هيستطيع البدء بالتحقيق ببحوثه أولاً إلى رئيس تحرير الجريدة. وبعد الانتهاء من التحقيق يستطيع ممثل المصالح اختيار إمكانية من التالية:

1 - الاعتراف بأن الشكوى لا تعطي أسساً للتدبير بالجريدة.

2 - الإقرار بأن المعلومات المتوفرة جدية بما يكفي لإحالة القضية إلى المجلس الصحفي.

3 - إن كانت المخالفة ليست ذات أهمية يوجه اللوم إلى الجريدة دون اللجوء إلى المجلس الصحفي.

إن قرار ممثل المصالح بناء على البدائل 1-3 يمكن أن يستأنف في المجلس الصحفي ويحق لغير الراضين عن قرارات ممثل مصالح المجلس الصحفي الاستئناف في المحكمة العامة.

وبالطبع هناك بعض النواقص أيضاً في النظام النرويجي لضمان حرية الصحافة. وهكذا يغيب حتى الآن النظام الدقيق والواضح للتشريع في مجال وسائل الإعلام الجماهيري: إن الموضوعات التشريعية قد وضعت في عدد كامل

من الوثائق المعيارية. ولم تلعب المحكمة العليا في حينها الدور الهام في توسيع حدود حرية التعبير الذاتي ، في حين أضحت القوانين حول الكذب والتلفيق وحماية الحياة الخاصة تتفوق على موضوعات حرية الصحافة. وفي الوقت ذاته إن الصحافة النرويجية بشكل عام تتمتع بمواقع قوية في المجتمع.

وتعلن المادة المئة من الدستور النرويجي: "الصحافة حرة ولا يمكن لأي شخص أن يعاقب بسبب كتابته شيئاً ما بغض النظر عن المضمون أو بسبب طبع أو نشر ذلك، مادام الآخر ون عن قصد وعلناً يخالفون القوانين وعدم احترام الدين والأخلاق ولمواجهة النظام الدستوري أو أنه لا يقدم اتهامات كاذبة وملفقة ضد أحد ما. كل فرد حر في التعبير عن رأيه الشخصي بجهاز الدولة أو بأي شيء آخر.

وخلال الأعوام التي تلت إقرار الدستور عام 1814 ضيقت بعض القوانين النرويجية والتفسيرات القضائية أو حرية الصحافة وبخاصة العلاقة بالموضوعات سارية المفعول اليوم عن الكذب والتلفيق. ومن الممكن اليوم في النرويج تحميل المسؤولية عن الاتهامات الصحفية أو على الأقل عن الاتهامات التي اعتقد ها الصحفي عن طيب قلب صحيحة ناهيك عن أن الدستور لا يجد دائرة اختصاص المحاكم في هذا المجال. وبخلاف السويد، إن القانون الأساسي للنرويج لا يضمن بالكامل الحق في الحصول على المعلومات وللأسف لا توفر هذا الضمان المحكمة العليا أيضاً. إليكم هذه السابقة ، إن قرار محكمة مدينة ترومسيه الصادر في 21 آب عام 1986 يعلن، مثلاً، أن حرية الإعلام لا تتمتع بالدعم القانوني في النرويج. وهذا بالطبع استنتاج خاضع للنقاش، خاصة عند الأخذ بالحسبان حقيقة أن النرويج قد صدقت في عام 1972 المعاهدة الدولية لحقوق السياسية

والمدينة، حيث المادة 19 تشير مباشرة إلى أن كل فرد له الحق في التعبير الحر عن رأيه. وهذا الحق يتضمن حرية البحث والحصول ونشر أي نوع من المعلومات والأفكار بغض النظر عن الحدود الدولية شفهيًا أو خطيًا أو في الصحافة، أوحى بواسطة الأشكال الأدبية والفنية للتعبير أو بأي طرق أخرى حسب الاختيار. عدا ذلك انضمت النرويج إلى المعاهدة الأوروبية لحقوق الإنسان وصدقت ها في عام 1952.

وانضمت النرويج إلى عدد كبيرة من المعاهدات والاتفاقيات الدولية في مجال حقوق الإنسان وتؤكد دائماً ولاءها لهذه الحقوق الأساسية. وللأسف، إن هذه المعاهدات لم تصبح حتى اليوم جزءاً من القانون الوطني. إنها بلا شك يمكن أن تؤخذ بعين الاعتبار من قبل المحكمة لحجة قانونية وحتى أن تذكر في القرارات القضائية والأحكام القضائية، لكن محاكم النرويج لا يحق لها التأسيس لقراراتها وأحكامها على موضوعات هذه المعاهدات القانونية الدولية مباشرة.

إن الحماية الدستورية في الظروف الراهنة لحرية الصحافة تعني المنع الشامل للرقابة المسبقة. وبغض النظر عن هذا تستطيع هيئة الرقابة أن توقف أي موضوع عن النشر إن كان حسب المعلومات المتوفرة يتضمن معلومات مخالفة للقانون، مثل التعابير الملفقة. إن منع مثل هذه المواضيع يمكن أن يصبح فيما بعد منعاً دائماً. من المعلوم أن النرويج دولة موحدة، ففي البلاد تقع كل الصلاحيات الخاصة بتنظيم دستورية العلاقات بمشاركة الصحافة، بيد الأجهزة المركزية للإدارة. وبما أن المحكمة الدستورية كجهاز مستقل غائبة، يتم تفسير القانون النهائي في الخلافات. وهكذا إن المحكمة العليا النرويجية كانت قد صاغت القاعدة التي تعرف اليوم بـ العادة الدستورية". وإن استخدامها وتطبيقها

يؤدي في بعض الحالات إلى التأويل الأضيق للمادة "المئة" من الدستور مما يتوقع انطلاقاً من تفسيرها الحرفي.

إن التفاعل المتبادل بين القانون الوطني و الدولي معقد بما يكفي وينحصر هذا الأمر في أن القانون النرويجي "يقرن مطابقته بالاتفاقات الدولية المصادق عليها نظرياً كذلك، إن كانت هناك شكوك في تناسب معيار القانون النرويجي لمعايير القانون الدولي، والمحاكم عليها أن تؤول المعيار لنرويجي هذا هكذا كأنه يتناسب مع معايير المعاهدات المصادق عليها.

يحدث هذا بسبب ما يسمى "بالنظام النرويجي المزدوج"، عندما يعيش القانون الداخلي والمقاييس الدولية المطبقة جنباً إلى جنب وتعمل هذه المقاييس كأنها جزء من النظام القانوني النرويجي وبالرغم من أن عدداً من المقاييس القانونية الدولية في مجال حقوق الإنسان تطبق من قبل المحاكم بهذا الشكل بالذات فإن موضوع حرية التعبير بناء على المادة 10 والمادة 19 لا تطبق في قرارات المحاكم النرويجية.

توجد في العديد من البلدان قوانين خاصة في مجال الصحافة ووسائل الإعلام الجماهيري. ففي قرننا مثلاً يوجد حتى القانون الإعلامي. وفي النرويج لاوجود لقانون موحد للصحافة. إن موضوعات متنوعة من القانون الجنائي، مثلاً تمس إلى درجة كبيرة الصحافة أيضاً. والفصل 23 وك "خاصة مرتبط بالجرائم بحق الشرف والكرامة. والفصل 43 يتعلق بالمخالفات القانونية الصغيرة في الصحافة. وهو مكرس لمسؤولية المحرر عن مضمون الإصدار. وهناك قوانين أخرى أيضاً موضوعاتها تمس حرية الصحافة بما فيها قانون إمكانية وصول الناس إلى الوثائق وقانون المحاكمات، وقانون التسويق والترويج وغير ذلك.

وتعير القوانين النرويجية مسائل تنظيم حق الملكية اهتماماً كبيراً للغاية وبالرغم من عدم وجود الشركات الاحتكارية في مجال الصحف في النرويج كما هي الحال في الكثير من البلدان، فإن ثلاث شركات تسيطر على السوق الإعلامي مع ذلك كله وهي شابشتيد وأروكلا وأي بريسين. وتسيطر الأحزاب السياسية والمؤسسات الاجتماعية على عدد من الصحف الأساسية، والباقية تعود كقاعدة إلى الأملاك الخاصة.

وإن أقر المجلس أن المخالفة موجودة يصدر قراراً مستكراً ويجب أن ينشر هذا القرار في المطبوعة المذنبية وفي مكان بارز يجب أن يشار إليه بشكل خاص وواضح (من عام 1992) تستخدم إشارة "المجلس الصحفي". ولا يتمتع المجلس الصحفي بأية صلاحيات سلطوية: وإلا يقع في تناقض مع تلك الوثائق مثل "الإعلان التحريري" أو القانون التحريري" الذي يحد من حقوق المحررين وواجباتهم. ويلعب دوراً تأسيساً في ضمان استقلالية الصحفيين . وكان قد وقع الإعلان التحريري من قبل ممثلي الرابطتين رابطة التحرير ورابطة الناشرين في عام 1952 وأعيد النظر فيه عام 1973. ومنذ ذلك الحين يتمتع هذا القانون بالاحترام ذلك لأن أكثرية المحاكم تعترف به كقاعدة قانونية عامة. إن موضوع استقلالية التحرير موجودة كذلك في القانون الأخلاقي لرابطة الصحفيين النرويجية في الإتفاقية الصحفية في مجال التعرف.

وإن رئيس التحرير في الصحافة النرويجية شخصية محترمة وذات مسؤولية كبيرة. وفي عدد كبير من البلدان يتدخل الناشر بفاعلية في مضامين الموضوعات الصحفية. لكن في النرويج هذه الظاهرة نادرة جداً وبالتناسب مع قانون التحرير وكذلك مع المادة 436 من القانون الجنائي، إن رئيس التحرير بالذات يتمتع

بصلاحيات غير محدودة في مجال حل جميع مسائل محتوى الجريدة. وإن الناشر لا يتمتع حسب القانون بحق تقرير ماذا يجب أن ينشر وفي عام 1987، عندما استبدل ناشر "مورغينبلات" الصفحة الأولى من الجريدة قدم جهاز التحرير استقالة بالكامل بإرادته وفي العام نفس هطلب ناشر "ميدهوردالاند" من الكادر التقني استثناء المقالة التي تتحدث عنه وعن أسرته في مجال الأعمال من العدد، عندئذ قدم رئيس التحرير والصحفي استقالتهما فوراً وانتقلا إلى جريدة منافسة متوضعة في الجانب الآخر للشارع. بالنتيجة أفلست جريدة "ميدهوردالاند". أما منافستها فلا تزال تصدر حتى الآن. إن هذه الأمثلة توضح جيداً صراع المحررين الصحفيين في سبيل استقالياتهم، وإن مثل هذه الاستقلالية الذاتية في التحرير يمكن أن تحد بفاعلية من محاولات أصحاب الصحف التأثير في الأخبار الصحفية المنشورة وفي الآراء التي تعبر عنها الجريدة وكما أشرنا، فإن موضوعات قوانين التلفيق والكذب تضيق الإمكانات للتعبير عن الرأي. وإن التشريع النرويجي يرى في التلفيق (بما فيها الإهانة) وأيضاً في التدخل في الشؤون الخاصة جريمة ومخالفة قانونية. وتحدث المادة 247 من القانون الجنائي في النرويج عن المسؤولية عن التلفيق بطريقة المحكمة المدينة أو الجنائية. وبناء عليه على المتضرر إثبات أن مضمون المقالة ألحق الضرر بسمعته وفي هذه الغضون من غير المهم إن كان الضرر قد حصل فعلاً أو كانت إمكانية حدوثه واضحة. أما المتهم فعليه إثبات صحة ما نشر بيد أن الحقيقة لا تعتبر الدفاع أو الحماية المطلقة بالنسبة للصحفيين. إن الموضوعات التي تتناسب مع الواقع يعاقب عليها مع ذلك حسب المادة 249 (2) من القانون الجنائي إن كانت المحكمة قد وجدت أنها أقيمت بدون أسباب مقبولة أو كانت في غير مكانها لأسباب أخرى أو

حتى غير لائقة "بسبب الطريقة أو الصياغة التي كتبت بها " وإن عبء الإثبات
يُلقى في غضون ذلك على المدعي. وإن مبالغ التعويض عن الضرر في القضايا
المدينة حول التلفيق الذي يلحق ضرراً كبيراً تصل في الوسط إلى 50-150 ألف
كرون نرويجي. ونادراً ما يحدث الجلب إلى المسؤولية (تحميل المسؤولية) بسبب
التلفيق والكذب. ويستطيع المتضرر رفع دعوى جنائية بسبب الاتهام الخاص
والمطالب - بكل بساطة - في شكواه بالعقوبة الجنائية ضد المدعى عليه. إن
عقوبة الكذب والتلفيق في المحاكمة الجنائية تتضمن الغرامة والسجن وتكون
الغرامات في الأساس أكثر تواضعاً مما هي عليه في القانون المدني. إنها تشكل
تقريباً من 1 حتى 20 ألف كرون. وكان آخر حكم بعقوبة على التلفيق على شكل
سجن قد صدر في عام 1933 ولا أهمية تذكر لعقوبات المحاكم الجنائية على
ممثلي الصحافة بمثل هذه المبالغ.

وصرحت المؤسسات الصحفية النرويجية مراراً بأن التشريع في مجال
التلفيق والكذب يؤثر سلباً على التحقيقات الصحفية وعلى الريبورتاجات عن
الأحداث، التي تستدعي الاهتمام المشروع لدى الأوساط الاجتماعية. وتقدمت
رابطة المحررين في شباط عام 1992 باقتراح حول تغيير التشريع في مجال
التلفيق. والفقرة الأهم في هذا الاقتراح تضمنت ضرورة التركيز أكثر في التشريع
على المصلحة الاجتماعية بهدف توسيع امتيازات الريبورتاجات الصحفية في
مجال الدفاع عنها من السلطات. واقترح - كي تبعد التصحيحات التي تقوم بها
الصحفية أو أي إصدار آخر - إمكانية رفع دعوى إلى المحكمة ضد وسائل
الإعلام الجماهيري أو على أقل تقدير تقليص حجم التعويض عن الضرر.

ومن المعلوم أن السياسيين ورجال المجتمع يواجهون كميات كبيرة من النقد أكبر مما يواجهه المواطنون العاديون. ولنقل مثلاً أن هفي الولايات المتحدة الأمريكية توجد موضوعات قانون حول الشخصية الهامة اجتماعياً، أما في النرويج فلا وجود لمذهب الشخصية الاجتماعية أو عقيدتها. أو حتى لقانون حول العناية الاجتماعية يكون معترفاً به فقط في القانون النرويجي.

وهناك خصوصية أخرى تكون واضحة بشكل خاص عند المقارنة مع القانون الروسي. المسألة تنحصر في أن لا وجود لأي فارق بين الحقيقة والرأي في القانون النرويجي. وبالطبع إن كثرة الحرية تسمح للتعبير الصحفية أكثر مما يسمح به للأخبار، وإن كان النبأ يتضمن في الوقت ذاته الرأي والتأكيد الفعلي فإن اهتمام الجزء الأكبر يركز على الأخير ومع ذلك على السياسيين ورجال الثقافة أن يتحلوا بالصبر على النقد أكثر من الباقين. في روسيا "نشر المعلومات التي تلوث الشرف والكرامة والسمعة العملية" منفصل بصراحة عن الرأي، أي أن الصحفي أو أي شخص في روسيا الفيدرالية يستطيع التعبير عن رأيه دون عائق لكن لا يحق له نشر المعلومات إن كانت تمس شرف أو كرامة أو سمعة أي كان. وهناك "لا" أخرى في الفهم النرويجي لحرية الصحافة الأمر محصور في أن حق التدخل في الحياة الشخصية تحمية المادة 390 من القانون الجنائي. هذه المادة تنص على أن أي فرد يتدخل بصورة غير مشروعة في الحياة الشخصية الخاصة للإنسان جاعلاً من النبأ عن أموره الشخصية أمراً متاحاً للجميع يمكن أن يعاقب مالياً أو أن يدخل السجن لمدة تصل إلى ثلاثة أشهر. وإن الموضوعات المنشورة التي تخالف هذا التحريم يمكن أن تصدر. وإن تطبيق استخدام القانون يظهر أن رفع الدعوى حسب المادة 390 نادراً ما يحدث، ولم تحدث أية حالة

مصادرة للمواد في تاريخ البلاد ، أما الغرامات فكانت متواضعة للغاية، أي حوالي 10 آلاف كوردن نوريحي. وينظم قانون الحياة الخاصة الصادر عام 1978 إضافة إلى الكثير غير ذلك استخدام الآن بلبه الشخصية من قبل الحكومة والشخصيات الخاصة، ويتطلب هذا القانون كي تحصل الصحيفة على ترخيص لإحداث قواعد إلكترونية للمعلومات (أرشفات مواضيعية تتضمن أسماء الأشخاص هناك قانون يتحدث عن أن بعض أنواع المعلومات التي مر عليها أكثر من سبع سنوات يمكن أن تكون في متناول العاملين في الجريدة فقط و ليس لكل الناس.

والمسألة أصعب بكثير في التعامل مع الصور. فإن الجزء 15 من قانون الحقوق في مجال الصور يتطلب الموافقة المسبقة من موضوع "صاحب" الصورة على نشرها. ومن الصعب جداً على المصورين الصحفيين العمل في مثل هذه الظروف. ولذلك كانت قد وضعت بعض الاستثناءات من هذه القاعدة بما فيها استثناء الاستناد إلى الاهتمام الاجتماعي الأمر الذي يسمح للصحافة في بعض الحالات بالعمل على مثل تلك الموافقات فمنعت المحكمة العليا في قرارها حول قضية واحدة عام 1952 نشر الأشرطة على أساس أن المدعي محمي بقانون غير مكتوب من التدخل في الحياة الخاصة، على الرغم من انه لم يكن مثبتاً في هذا الشريط. إن هذا القرار الذي لم يرسل مباشرة إلى الصحافة يظهر بعضاً من عدم الوضوح في علاقة المحكمة وموقفها من حرية التعبير. ولا تزال المحاكم تعترف بالقانون غير المكتوب حول عدم التدخل في الحياة الخاصة، بالرغم من أن المحكمة العليا قد أعلنت أن مضمون هذا القانون وحدود هغير واضحين. وبغض النظر عن أن النرويج قد تأخرت ستة أشهر عن تصديق القانون الذي مادته 10

(2) فإنها تؤكد أن كل الاستثناءات من حق حرية التعبير يجب أن تحدد بوضوح تام في القانون وأن المحاكم النرويجية تعتبر كما في السابق حدود هذا الحق غير واضحة.

وتوجد في القوانين النرويجية موضوعات عن حق التصحيح. فالمادة 430 من القانون الجنائي تعطي الحق - لكل من يعتبر موضوعاً للتأكيد الفعلي في الموضوعات الصحفية - في التصحيح بشرط أن يصل الطلب بهذا الخصوص قبل مضي عام على تاريخ نشر الموضوع. وإن رفض المحرر نشر التصحيح فإن المحكمة تجبره على ذلك تحت التهديد بغرامات كبيرة. بيد أن المادة 430 لم تطبق في مجال فرض الغرامات خلال الأربعين عاماً الماضية، وإن كانت هناك شكاوى ضد المحرر قد حصلت على دعم فإنه بناء على المادة 430 يجب أن يكون حكم المحكمة منشوراً في مكان بارز إضافة إلى الحق في التصحيح الذي ينص عليه القانون ويعطي القانون الأخلاقي للربطة النرويجية للصحفيين الحق في الرد على تلك الشخصيات التي كانت مادة للهجوم ويحصل في الواقع أن القانون الأخلاقي يضمن حق الرد على الآراء الناقدة، أما الحق الذي ينص عليه القانون في التصحيح يستخدم لنفي الأبناء المبنية على الوقائع. يدعو القانون أيضاً إلى أن تتضمن الاعتذارات المنشورة التصحيحات للمعلومات غير الدقيقة. ولا يتمتع القانون الأخلاقي بوسائل كافية كي يستطيع تطبيق متطلباته على الواقع، ومع ذلك فإن كل وسائل الإعلام الجماهيري من الناحية العملية تحترم موضوعاته المتعلقة بحق الرد، وإن نشر التصحيحات في النرويج والردود أو الاعتذارات لا يستثنى إمكانية رفع الدعوى المدينة، لكنه يمكن أن يؤثر في حجم التعويض عن الخسائر.

ويتضمن القانون الجنائي النرويجي عدة مواد حول حماية سمعة المؤسسات الحكومية، والشخصيات المسؤولة تملك الحق والإمكانية لرفع دعوى مدنية أو متضمنة جنائية بسبب الاتهام العلني بناء على هذه الموضوعات فالمادة 130 من القانون الجنائي تنص على أن أي شخص يقوم بطرح نبأ كاذب حول عمل السلطات يمكن أن يتعرض إلى غرامة أو سجن لمدة حتى عام كامل وإن كان الإعلان يهدف إلى إلحاق الضرر بسمعة السلطة في هذه الحالة يعاقب على السلوك غير الحذر أيضاً وبالرغم من أن هذه الموضوعات لا تطبق منذ زمن بعيد فهي لا تزال سارية المفعول في أية لحظة يمكن أن تستخدم.

إن العلاقة المتبادلة بين الصحافة والمحكمة جدية بالاهتمام من وجهة نظر الإضاءة على نشاط المحاكم في الصحافة. ويحق للصحفيين والوسط الاجتماعي حضور جلسات الاستماع في المحاكم. والمحكمة تستطيع إعلان جلسة المحكمة مغلقة، أو منع الصحافة من نشر هذا الخبر أو ذلك لظروف معينة. وتنص المادة 126 من القانون الجنائي على حق القاضي في إخراج الجمهور من قاعة المحكمة إن كان حق المشارك في المحاكمة بعدم التدخل في الحياة الشخصية يفوق حق الجمهور في الاطلاع على المعلومات. وتطبق التعليمات والقواعد في القضايا التي يكون المتهم فيها غير بالغ السن القانوني (18 عاماً)، وكذلك عند النظر في القضايا العائلية مثل قضايا التبني ، وتعطي المادة 130 من قانون المحاكم الصلاحيات المناسبة أيضاً للقضاة في مثل هذه الحالات.

وهناك منع عام لتصوير المتهم وهو في طريقة إلى المحكمة أو عند خروجه منها وكذلك في قاعة المحكمة. وعند النظر في القضايا المتعلقة بالجرائم البشعة وكذلك القضايا التي يهتم الجمهور بالمعلومات عنها بشكل خاص يسمح

القاضي عادة بالتصوير. ويمنع التسجيل للإذاعة أو التصوير التلفزيوني وهذا المنع قطعي، لكن في أكثرية الحالات يسمح بذلك بناء على طلب أصحاب العلاقة.

وكان المدعي العام النرويجي في الحادي عشر من تشرين أول عام 1992 قد صرح بلفه ينوي فرض غرامات عالية (حتى مليون كرون نرويجي) على شركات الصحف التي تنشر المعلومات المتسربة من مصادر أمنية، من الشرطة أو من المحكمة، إن كانت المحكمة قد منعت تغطية هذا الحدث في الصحافة. وإن هذه الأفعال يمكن القيام بها بناء على التشريع الجديد والمواد 48a و 48B من القانون الجنائي التي تسمح بفرض عقوبات على الشركات من أجل أفعال قام بها شخص ثالث بتكليف منها. وقد أدخلت بشكل رئيس من أجل تعزيز مسؤولية الشركات عن تلوث البيئة. إن الإعلان عن النية في التطبيق الجديد للقانون يهدد بإحداث مشاكل كبيرة للصحافة. ويستطيع المدعي العام أن حد ينجح في نيا ته، إلا أن هكذا تطور للأحداث يشهد بحد ذاته على ضعف مواقع حرية التعبير وكم السلطات ممكنة في فرض ممانعات جديدة.

وتغيب عن التشريع النرويجي نظرية القانون العام حول المسؤولية عن عدم احترام المحكمة، يستطيع القضاة توجيه الاتهام للمتهم بارتكابه تهمه السلوك السيئ في قاعة المحكمة، لكن لا يحق لهم الحكم على الصحفي بالسجن بسبب تصرفه خارج المحكمة. إن السرية التجارية والمعلومات الخاصة بالأفراد محمية من النشر لكن هذه الحماية ضعيفة جداً. فلا يوجد في الترويج قانون يتعلق مباشرة بالعاملين في الشركات والمؤسسات الذين يعلنون عن الأخبار عن نشاط هذه الشركات. وعملياً لا يستدعون عادة لتحمل المسؤولية عن تهمة التشهير

(الإشهار)، لكنهم غير محميين من ملاحقتهم لتحمل المسؤولية المدنية أو حتى من التسريح (الطرد) من العمل. فإن اعتبر صاحب العمل تسرب المعلومات كبير الأهمية ويلحق الضرر بالشركة يفقد العامل على الأرجح عمله ويكون لزاماً عليه التعويض عن الخسائر. ويمكن أن يحدث ذلك أيضاً في حالة كشف المعلومات السرية عن أية مخالفة ثانوية. وإن الوضع القانوني لمثل هذه الحالات غير محدد بدقة. ويعتمد الصحفيون في عملهم في مثل هذه الحالات أكثر على القانون الأخلاقي.

وانعكس الاهتمام بالبيئة في القوانين النرويجية ويسمح للصحفيين بنشر مواد حادة جداً في هذا المجال. وبناء على المادة 49 من قانون تلوث البيئة فإن أي شخص - وبناء على طلب من الحكومة - ملزم بتقديم معلومات عن الظروف التي يمكن أن تؤدي إلى تلوث البيئة ويستخدم هذا المعيار ضد مساعي الشركات الخاصة للحفاظ على الأسرار التجارية. وإن الشخصيات الرسمية المسؤولة عن الوضع البيئي لها الحق في التفتيش على أي موقع خاص وتتمتع بحق الوصول إلى التقنيات التي يمكن أن تلحق الضرر بالبيئة. والشركات أيضاً ملزمة بإجراء اجتماعات رسمية والإخبار عن أية خطورة في هذا المجال. وإن هذه الأخبار المنقولة إلى السلطات تكون في أكثريتها في أكثر الحالات متاحة للجمهور. يفسرون حرية الصحافة في النرويج عادة بمعنى المنع المطلق للرقابة المسبقة على المواد الصحفية. فإن أي فرد يستطيع مع ذلك اللجوء إلى المحكمة الخاصة بالاعتقال بطلب إيقاف صدور مجلة أو جريدة أو كتاب أو فيلم وغير ذلك. ويمكن صدور التعليمات لوقف صدور المنشورات إن كانت تلحق الضرر بمصلحة المدعي. وإن مثل هذه التعليمات في الواقع تعطى إن كان المدعي قد أثبت أن

المادة المطبوعة تتضمن معلومات كاذبة. وتظهر التعليمات من هذا النوع بصورة نادرة ويتعلق، كقاعدة، بالكتب والأقلام، وليس بالصحف، لأن إمكانية المعرفة المسبقة بمضمون الموضوعات الصحفية تكون نادرة للغاية.

إن المحكمة المتخصصة بالتوقيف والاعتقال بدأت في قضية بيرغ (5) بإعطاء التعليمات بإيقاف توزيع فيلم ليندبيرغ وأيضاً منعت التقرير الذي صاغه للوزارة (كمفتش لوزارة الصناعة السمكية) وصور البحارة (المدعين). الإجراءات الأولية ظلت تعمل حتى قررت محكمة المدينة أن المواد كانت كاذبة ولم تفرض منعاً دائماً على رؤيتها النور. إن صحة هذا القرار تأكدت فيما بعد من قبل المحكمة العليا.

وكما هي الحال في العديد من البلدان الديمقراطية يهتم النرويجيون بحماية مصادر المعلومات للصحافة. وهكذا إن الصحفيين والمحررين يتمتعون بحق عدم الإجابة على الأسئلة المتعلقة بمصادر معلوماتهم. وتستطيع المحكمة، بغض النظر عن هذا، إعطاء تعليمات للمحرر أو الصحفي للكشف عن المصدر إن شكلت المعلومات أهمية خاصة. وعلى المحكمة أن تأخذ بعين الاعتبار المصالح المتضاربة وطبيعة الحالة والضرورة للمعلومات. وإن كانت المعلومات المطلوبة التي يمكن العثور عليها عن طريق الكشف عن المصدر ويمكن الحصول عليها أيضاً عن طريق آخر قليلة الاحتمال جداً، فالمحكمة تتخذ قراراً بالكشف عن المصدر، ففي كانون الثاني عام 1992 أعلنت المحكمة العليا في قرارها حول قضية "إيديوكوب": في بعض القضايا...كلما كانت المصلحة متضررة أهم كان الدفاع عن المصدر أهم وطالبت المجموعة البرلمانية بالكشف عن مصدر المعلومات لتحديد هل كانت المعلومات مقدمة من قبل العامل في الوكالة بصورة

غير شرعية. فرفض أصحاب المصادر الكشف عنها وحاولت المجموعة البرلمانية الحصول على أمر من المحكمة يلزم أصحاب المصادر بالقيام بذلك ورفضت المحكمة الطلب. والمحكمة العليا عند إقرارها قرار المحكمة الدنيا أقرت أن أصحاب المصادر يملكون الحق بالدفاع وبحمائية مصادرهم للمعلومات. ورحبت الصحافة بهذا القرار الذي أثر من دون شك تأثيراً قوياً على القانون الذي ينظم هذه العلاقات.

بغض النظر عن التشريع والتطبيق القضائي فإن الصحفيين والمحررين نادراً ما يكشفون عن مصادر معلوماتهم حتى بعد توجهات المحكمة المناسبة الأمر الذي كلفهم دفع غرامات، لكنها، قليلة للغاية، وهكذا غرم أحد المحررين بمبلغ 20 ألف كرون. أما عقوبات السجن فلم تطبق أو تتفد منذ عشرات السنين. وعلى الرغم من أن الصحفيين والمحررين يخاطرون في أن يصبحوا في عداد المسجونين والمغرمين مالياً بمبالغ عالية. فلن خطر بدء مثل هذه النتائج ضعيف للغاية. عدا ذلك يرحب الصحفيون بالرفض القطعي للإعلان عن مصادر معلوماتهم.

وبالطبع إن الصحفيين النرويجيين لا يستخدمون لغة الإهانات في مواضيعهم في مواقعهم من أبطال المقالات والريبورتاجات. هذا ليس فقط من آداب الصحفيين، بل هو مطلب ينص عليه القانون فبناءً على المادة 135 من القانون الجنائي يعاقب القانون بالغرامة أو السجن لمدة تصل إلى سنتين كل من ينشر التهديدات والإهانات للإنسان على أساس انتمائه الديني أو بسبب قناعاته ولون جلده وجنسه أو لأصله العرقي أو القومي وهذه العقوبات تن سحب على الأفعال المضادة في المواقف من الأشخاص أو الجماعات على أساس انتمائهم

إلى أقليات جنسية إما بسبب نمط حياتهم أو بسبب ميول خاص. ويتضمن القانون الأخلاقي للصحافة النرويجية الموضوعة التي تلزم الصحافة بالاحترام الدائم لخصوصية الشخصية وبحق عدم التدخل في الحياة الخاصة والعرق القومي والمعتقدات الدينية عدم التذكير بذلك أبداً إن القانون ص 42 يتضمن هذه الموضوعية منذ سنوات عديدة ولم تنشأ أية مشاكل في هذا المجال . ومع ذلك وقفت المؤسسات الصحفية في عام 1970 ، ضد تضمين المادة 135 في القانون الجنائي، وأيضاً ضد إدخال تعديلات على الأقليات الجنسية في عام 1981.

ويطرح ممثلو الصحافة حجة أن العقوبة على التعبير عن الرأي ليست الطريقة الأفضل لمكافحة بعض الأفكار الخاصة بالمجتمع الديموقراطي. فالتعبير عن الكراهية لم يكن في وقت من الأوقات مشكلة في الترويج مع المادة 135 (a) وبدونها. إن مخالفه القانون الجنائي من هذه الناحية نادرة للغاية، ومنذ علم 1970 نشرت ثلاث قضايا فقط حسب المادة 135 (a). اثنتان كانتا متعلقتين بالرسائل الموجهة إلى التحرير وانتهتا بتبرئة المتهم . وبناء على المادة 142 من القانون الجنائي يغرم أو يسجن لمدة ستة أشهر كل من يوجه الإهانة علناً أو يعبر عن عدم احترامه للعقائد والقناعات الدينية والمذاهب بشكل عدائي... أو يلحق الضرر بطائفة دينية تعمل شرعاً في الترويج .

ولم تطبق أحكام هذه المادة من قبل الحاكم منذ أن برئ أحد المؤلفين وهو أرنولف أوفيرليند عام 1963 . وإن بعض الزعماء المسلمين رفعوا دعوى إلى المحكمة ضد الناشر النرويجي ' كاتب الآيات الشيطانية، لكن سرعان ما سحبت هذه الدعوى بعد الاعتراف بعدم توفر أية إمكانية لكسب القضية.

ولا يحمي التشريع النرويجي أيضا الأخلاقية الاجتماعية. وبالرغم من أن المادة 211 من القانون الجنائي تمنع السلوك المهين والتعامل غير اللائق مع الجمهور، وأيضا نشر الصور الإباحية والمواد عنها، إن تجربة المحاكم لم تشهد أبداً تطبيقاً لهذه المادة على الصحافة اليومية.

ويمنع في النرويج الإعلان والدلالة للمشروبات الروحية والسجائر ويتضمن المنع الإعلان والدعاية لأي منتج عليه رموز المنتجات التبغية (مثلاً أحمدة Camel) وتمنع المادة (1) من قانون الترويج الإعلان الذي يناقض مبادئ المساواة بين الجنسين، بنصها القائل: إن صاحب الإعلان ومنتجه يجب أن يتأكد من أن الإعلان لا يخالف مبادئ المساواة بين الجنسين ولا يقصد توجيه الإهانات لأي جنس من الجنسين أو تصوير (وصف) النساء والرجال في شكل يحط من الكرامة، ولا تحدث المادة رقم واحد مشاكل لدى الصحافة اليومية.

ويراقب المفوض في شؤون المستهلكين سوق الإعلان ويستطيع منع العمليات التجارية التي تخالف القانون. إلا أن قراره يمكن أن يواجه معارضة في المجلس الخاص بالترويج الذي يصدر القرار النهائي بهذا الصدد.

تتمتع الصحافة النرويجية بدرجة عالية نسبياً من الحرية. وإن حق الوصول إلى الوثائق الحكومية مثبت كما هو الحال مع حق الصحافة والجمهور في حضور محاكمات الفضاخ وفي حضور جلسات الأجهزة الاجتماعية والحكومية المحلية.

وإن الصحافة المطبوعة متحررة من الرقابة الحكومية. وتعمل وسائل الإعلام الجماهيري عموماً مع المقاييس الأخلاقية التي وضعها القانون الأخلاقي فيضمنان الحماية السريعة والعاجلة المناسبة للمصالح المتضررة.

لرابطة الصحافة النرويجية، بما فيها المقاييس الخاصة بالتلفيق والتدخل في الحياة الخاصة للناس . . إضافة إلى حق التصحيح الذي وضعه وينص عليه القانون الجنائي النرويجي، وأيضا حق الرد الذي يعترف به القانون الأخلاقي لضمان الحماية السريعة والعاجلة المناسبة للمصالح المتضررة.

إن بعض جوانب الحالة بخصوص حرية الصحافة تستدعي قلق الصحفيين والأوساط الاجتماعية الواسعة. وغالبا ما يقولون، كما هي الحال في السويد و الدانمارك، إن العلاقات والروابط بين الصحافة والأوساط الحاكمة وثيقة للغاية. ومن جهة ثانية، لقد تطور خلال العشرين أو الثلاثين عاما الأخيرة توجه هام عملت الصحافة نتيجة له باستقلالية أكثر، بما في ذلك الاستقلالية عن الأحزاب السياسية والمؤسسات. وإن الاستقلالية الممنوحة للتحريض بلا شك قد تعززت في العقود الأخيرة.

كما نرى، يجرى التنظيم الذاتي للصحافة، في بلدان أوروبا الشمالية بشكل عام بنشاط وفاعلية كبيرين. وللمباينة ننظر في واقع الأحوال في فرنسا. إن حرية التعبير عن الرأي ونشر المعلومات في فرنسا كما هو الحال في العديد من الدول الديمقراطية في العالم هي حق مثبت في الدستور الذي دخلت في مقدمته المادة (11) لإعلان حقوق الإنسان والمواطن عام 1789، وأسس نظام للتشريع حول وسائل الإعلام الجماهيري في البلاد وهو قانون عام 1881 الذي بالرغم من أنه قد أعيد النظر فيه مرات عديدة، فهو يكمن في أساس القانون الذي أقر عام 1992، وأطلق عليه قانون الاتصالات. إن هذا القانون ينظم بدقة كافيته وبالتفصيل نشاط العاملين في وسائل الإعلام الجماهيري. ووضعت المسؤولية

الإدارية أو المدنية أو الجنائية عن مخالفة عدد من قوانين وسائل الإعلام الجماهيري.

وتعمل حتى الآن مواد القوانين التي تعتبر قديمة لكنها في الواقع تستخدم مثلاً، المادة 14 من قانون عام 1881، مع إضافات عام 1939، تنظم بشدة تصدير وتوريد (إدخال و إخراج) الإصدارات المطبوعة. وهكذا، قد منعت خلال حرب الخليج صحف "الرب" و"الدستور" الصادرتان في لندن، وجريده "كل العرب" الصادرة في باريس والتي تتناقض مع مصالح فرنسا، لأن توزيعها كان بالإمكان أن يؤدي إلى التأثير السلبي في تلك الظروف المعقدة في النظام العام. عدا ذلك، إن مفهوم المؤلفات ذات الأصل الأجنبي تتعلق ليس فقط بالترجمات الفرنسية للأعمال الأجنبية، بل المؤلفات التي تعتبر أجنبية ويعتبر أجنبي أي مؤلف أو ناشر حصل على أية معونة أجنبية.

إن آليات التنظيم الذاتي للصحافة في البلاد ضعيفة التطور جداً. ففي فرنسا لا وجود لمجلس صحفي (مجلس صحافه) ولا لأية مجالس مماثلة أخرى. وإن المقاييس الأخلاقية المتضمنة في الإعلانات الدولية حول الصحافة أو الوثائق الوطنية (مثلاً ميثاق واجبات الصحفي المهنية الصادر عام 1918، مع إضافات عام 1938 لا تتمتع بوضع قانوني ولا تستخدم ولا يأتون على ذكرها في المحاكم.

إن التجربة الديمقراطية الدولية القائمة تشير إلى سبيلين اثنين لتطوير تنظيم وسائل الإعلام الجماهيري : إما إعطاء حقوق وحریات وتسهيلات واسعة جداً مع وجود نظام موضوع بدقة وبالتفصيل للتنظيم الذاتي، وإما الإدارة الصارمة عند أي تنظيم ذاتي للصحافة . و يجب على العالم العربي الذي يختار طريقه أن

يلتفت إلى تجربة البلدان الأجنبية. فالآن ظهر في العالم العربي العديد من القوانين غير التشريعية التي تنظم عمل وسائل الإعلام الجماهيري، أما المؤسسات القائمة غرفة القضاء في مجال الخلافات الإعلامية التابعة للرئيس، والاتحادات والروابط وغير ذلك فلا تسمح بالحديث عن تنظيم ذاتي ما في الصحافة يكون فاعلاً ومؤثراً.

3- الحركة الصحفية العالمية :

تعكس الحركة الصحفية العالمية في المرحلة الراهنة الواقع الاقتصادي والسياسي العالمي وتتميز بتنوع الأشكال والأساليب والطرق والتنظيمات. وهناك مؤسسات حكومية وغير حكومية ودولية في عمل ونشاط وسائل الإعلام الجماهيري، والإقليميه وما فوق الإقليمية العالمية هي الصفة المميزة للمرحلة الراهنة. وإنها موجودة وتقوم بعملها من دون الاتحادات الشاملة المعقدة ذات النموذج الشامل والاتحادات والمنظمات المتخصصة، والاتحادات المختلفة على المستويين الإقليمي وما فوق الإقليمي .

وتجب الإشارة إلى المنظمة الدولية للصحفيين التي أعلن عن تأسيسها المؤتمر الدولي للصحفيين الذي انعقد في آذار عام 1945، (أول مؤتمر تأسيسي عقد في حزيران عام 1964، في كوبنهاغن) والذي تمخضت عنه عام 1955 الفيدرالية العالمية للصحفيين، وهي من المؤسسات الصحفية الأكثر تأثيراً وذات الطابع الشامل .

وأظهر تاريخ التطور قوة مقدرة هذه المؤسسات والمنظمات على الاستمرار. فإن كانت المؤسسة العالية للصحافة قد وضعت نصب عينيها خلال سنوات بقائها الأولى المسائل السياسية إضافة إلى المسائل المهنية، فإن، فيدرالية الصحفيين

الدولية سعت إلى تحديد دائرة العمل بمسائل ظروف العمل والأخلاق الصحفية وإعداد الكوادر و الخ .

وكان هدف المؤسسة الدولية للصحافة الأساسي هو الدفاع عن السلام وتعزيز الصداقة والتعاون بين الشعوب بمساعدة تقديم الأخبار والمعلومات الحرة والصحيحة والشرعية والنزيهة للأوساط الاجتماعية. والدفاع عن حرية الصحافة وحقوق الصحفيين. وتوحد المؤسسة العاملين في وسائل الإعلام الجماهيري المتخذة مواقف تقدمية وديموقراطية، بغض النظر عن قناعاتها السياسية والاجتماعية والدينية. وتمثل فيها المنظمات والاتحادات والفئات الوطنية واللجان واتحادات الصحفيين والأعضاء المستقلين أيضا. ويستطيع الصحفيون المقبولون في المنظمة البقاء أعضاء في منظمات صحفية أخرى. وتستخدم وتتمتع بعض المنظمات الصحفية بوضع المراقبين في المنظمة الدولية للصحفيين .

ويدخل المنظمة أكثر 300000 عضو من أكثر من مئة بلد في العالم، والجهاز الأعلى هو المؤتمر الذي يعقد مرة كل خمس سنوات. وفي الفترة الواقعة بين المؤتمرين تحتل اللجنة التنفيذية مع رئيسها موقع القيادة ويقوم السكرتير العام بالعمل اليومي. وتعمل في المنظمة اللجان الاجتماعية والمهنية وأيضا النوادي والأقسام والمراكز الخاصة بإعداد الصحفيين في كل من بودابست وبرلين وصوفيا. وتعتبر اللغات الرسمية فيها الإنكليزية والعربية و الإسبانية والروسية والفرنسية والألمانية. ولدى المنظمة وضع استشاري في أبيكوسوس (الفئة الثانية) ROCOC و في اليونيسكو (الفئة B). وعمل المنظمة فاعل ومتنوع ويعبر عنه في الدعوة إلى الكونغرسات وقيام الجلسات للمكتب التنفيذي ومجلس الرئاسة واللجان والأقسام وغيرها من الأجهزة الأخرى في المنظمة العالمية للصحافة وفي

الحملات ذات الطابع المهني والسياسي والاجتماعي وفي دعم التواصل والاتصال مع اليونسكو وفي المشاركة في الإجراءات والتدابير المتعلقة بقضايا النضال من أجل السلام وغيرها. وإن مؤتمرات المنظمة تعتبر الأكثر تمثيلية بين اللقاءات الصحفية العالمية.

وتحتل مسألة تحريم الأسلحة النووية وغيرها من أسلحة الدمار الشامل ونزع السلاح التام والشامل مكانه خاصة في عمل المنظمة. وشاركت المنظمة في عدد من اللقاءات الدولية الكبيرة المتعلقة بمسائل النضال في سبيل السلم ونزع السلاح ، وفي العديد من أعمال مجلس السلم العالمي. ووضعت المنظمة الدولية للصحافة مشروع وثيقة حول مبادئ العلاقات بين صحفيي أوروبا. وتعير المنظمة إعداد الكوادر الصحفية في أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية اهتماما كبيرا. وتقيم ندوات ودورات في الأمكنة والكولوكيوم المهنية وتنتشر المواد الدراسية من كتب ومراجع وغير ذلك. ويدرس الصحفيون الشباب من الدول الناصة في مدارس المنظمة (الرابعة) العالمية للصحافة وتم تأسيس صندوق دولي للتضامن مع الصحفيين عام 1953 لأهداف دعم المنظمات الصحفية الفتية في الدول النامية. كما أسست لتقديم جائزة صحفية دولية (عام 1958) ووسام تقدير يحمل اسم يوري فوتشيك (عام 1974).

وتتعاون المنظمة بفاعلية ونشاط مع اليونسكو وبالدرجة الأولى في المسائل مثل إعداد الصحفيين وإقامة دورات متخصصة وإصدار الكتب الدراسية للصحفيين الشباب من الدول النامية. وتدافع المنظمة عن حقوق شعوب البلدان الناصة في امتلاكها لخدمات إعلامية خاصة بها.

وتتعاون المنظمة العالمية للصحافة مع عدد من المؤسسات الصحفية الدولية مثل اتحاد الصحفيين الأفارقة وفيدرالية أمريكا اللاتينية للصحفيين ولدعم وتطالب بتطوير التفاهم المتبادل والتواصل مع المؤسسات الصحفية والمنظمات الداخلة في الفيدرالية الدولية للصحفيين .

وتعتبر المنظمة العالمية للصحافة عضوا في مؤتمر المؤسسات والمنظمات غير الحكومية بصفة مستشار تابع. KOCOC3 وفي اللجان المتخصصة في المؤسسات غير الحكومية الخاصة بنزع السلاح وحقوق الإنسان وفي اللجان الفرعية الخاصة بمكافحة الاستثمار والمضادة للعنصرية والتفرقة والأبارتيد، ويتخلل في مؤتمرات لم MHNO التي لها وضع استشاري في اليونسكو، وتتعاون مع أوساط واسعة من الفيدراليات الديمقراطية العالمية الخاصة بقضايا النضال في سبيل السلم والانفراج ونزع السلاح والتعاون الدولي. والآن إن المنظمة العالمية للصحفيين التي تعتبر بحق الأكثر جماهيرية تعاني أوقات عصيبة. فبغض النظر عن ارتفاع عدد الأعضاء الجماعيين والفرديين في المنظمة لا تستطيع الانتهاء من التغيرات التي بدأتها عام 1990، في طبيعتها وتركيباتها وسياساتها العامة. ويعيق ذلك بخاصة الانقسام المستمر في اتحادات الصحفيين الوطنية. وقد أدى انهيار الاتحاد السوفيتي إلى نشوء عدد كبير من المنظمات الصحفية المستقلة. فيعمل في روسيا مثلاً عدد لا بأس به من الاتحادات الصحفية المستقلة مثل: اتحاد صحفيي روسيا الفيدرالية، واتحاد صحفيي موسكو، واتحاد صحفيي بطرسبورغ وغيرها. وقد تأسس الاتحاد الإعلامي في عام 2002. وتعمل فيها رابطة الصحفيين ورابطة صحفيي الصحافة الإقليمية والكثير غيرها.

ويعد اتحاد صحفيي روسيا الفيدرالية المنظمة الأكثر جماهيرية بين الصحفيين على أراضي الاتحاد السوفييتي السابق، وقد خرج هذا الاتحاد من المنظمة العالمية للصحافة وانضم إلى الفيدرالية الدولية للصحفيين. وكان ذلك ضربة قوية وجهت إلى المنظمة العالمية للصحافة، لكنها استطاعت تحملها بل تعززت بعد انضمام عدد كبير من الأعضاء الجماعيين إليها.

وإن كانت المنظمة العالمية للصحافة تدعم بنشاط وفاعلية البلدان النامية في السابق في مجال مساعيها لإنشاء نظام إعلامي جديد، فإنها الآن قد وضعت استراتيجية جديدة تم التنسيق في شأنها في اليونسكو.

والمنظمة الجماهيرية الأخرى للصحفيين هي الفيدرالية الدولية للصحفيين التي أعلنت الدفاع عن حرية الصحافة وعن دعمها للمستوى المهني العالي للصحفيين وجمع وحفظ ونشر الوثائق الإحصائية وغيرها مما يشكل أهميه بالنسبة للصحفيين.

وتعد الاتحادات الوطنية للصحفيين في خمسين بلدا أعضاء فيها (يبلغ عدد الأعضاء 150000).

والمؤتمر هو الجهاز الأعلى في الفيدرالية، أما في الفترة ما بين المؤتمرات فيكون الجهاز الأعلى هو مكتب القيادة. والمناصب فيها هي: الرئيس، نائب الرئيس، السكرتير العام وأيضا المستشارون الذين يمارسون القضايا الإقليمية بشكل أساسي.

واللغات الرسمية هي: الإنكليزية والألمانية والفرنسية. وللفيدرالية الدولية للصحفيين وضع استشاري في KocOc (الفئة الثانية) وفي اليونسكو (الفئة +) وفي منظمة العمل الدولية والمجلس الأوروبي. إن الفيدرالية الدولية للصحفيين

ومقرها بروكسل تقيم اتصالات بحذر مع قادة الاتحادات الإبداعية الجديدة وتتابع نشاط المنظمات الصحفية في بلدان أوروبا الوسطى والشرقية وفي جمهوريات الاتحاد السوفيتي السابق. وهكذا لقد قبل اتحاد صحفيي جمهورية تشيكيا في الفيدرالية الدولية للصحفيين. وهذا الاتحاد وهو أول منظمة اجتماعية في تشيكيا استطاعت الاقتراح على أعضائها الذين أصبحوا بدون عمل إبان الأزمنة الصعبة في البلاد التي نتجت عن إعادة البناء الاقتصادي والسياسي بتقديم المساعدة المالية لهم ونظف وتنظم تبادلات عمل للصحفيين.

ولقد أضحت المنظمات الصحفية الشاملة الكبرى في الآونة الأخيرة تقيم علاقات وثيقة مع اليونيسكو وغيرها من مؤسسات الأمم المتحدة المتخصصة ، ومع منظمة العمل الدولية ومختلف اتحادات النقابات .

ويجرب الآن تقارب بين المنظمة العالمية للصحافة والفيدرالية الدولية للصحفيين في جميع الاتجاهات ، لكن آفاقا حقيقية لإمكانية توحيد المنطمتين الصحفيتين غير ملحوظة. ونشاهد في الوقت الراهن تطورا سريعا للمنظمات الصحفية الدولية المتخصصة . ويمكن تحقيق التخصص حسب مبادئ مختلفة. مثلا حسب نوع الوسيلة الإعلامية (كل على حده- الصحف، المجلات النشرات الدورية، الإصدارات المستمرة، الكتب، الإذاعات، التلفزيون، والسينما ، والمنتجات الخاصة بالفيديو وغيرها). ويمكن أيضا التخصص الأضيق حسب هذا المبدأ.

ومن مثل هذه الاتحادات والروابط والمنظمات يمكن الإشارة إلى الفيدرالية الدولية للصحافة الدورية التي تأسست منذ العام 1910 في بروكسل وأعيد تنظيمها في باريس عام 1925 وتعد من مهامها حماية مصالح الصحافة الدورية وضمان التبادل الحر للمعلومات ووضع المعايير الأخلاقية والدفاع عن المصالح المادية

للعاملين في وسائل الإعلام ، ووضع المقاييس للإصدارات الدورية. وقد تأسست الرابطة الدولية للإرسال في المكسيك في عام 1946، وتدافع عن الإرسال الإذاعي والتلفزيوني كوسائل حرة للتعبير عن الفكر وتساعد على تعاون الإذاعات مع الشركات المتخصصة بالبحث في المؤسسات الخاصة والوطنية والدولية .

وهناك عدد كبير من الاتحادات والروابط والمنظمات التي أنشئت حسب المبدأ الإنتاجي المسؤول. ومن بينها نذكر الفيدرالية العالمية لناشري الصحف والرابطة الدولية للمخرجين السينمائيين والفيدرالية الدولية كروابط ، للمخرجين السينمائيين ، والفيدرالية الدولية لرؤساء التحرير ، والفيدرالية الدولية للصحافة التكنولوجية (توحد أصحاب ومدعي المجالات التكنولوجية) وغيرها.

وهناك منظمات دوليه صغيرة مثل، الفيدرالية الدولية للصحفيين – مؤلفي المقالات اليومية أو الاتحاد الدولي للصحفيين – الإسيبرانتو ، والفيدرالية الدولية للصحفيين في مجال قضايا السياحة وغيرها. وهذه المنظمات لا تتمتع بتأثير كبير في وضع الصحافة العالمية من حيث الجوهر.

ولابد من ذكر عملية الأقلية الواضحة تماما بين التوجهات الخاصة بالتطور الحق للحركة الصحفية الدولية: وتشاهد هذه الأقلية في جميع القارات. ومن بين المنظمات الإقليمية وما فوق الإقليمية نشير إلى اتحاد صحافة رابطه الأمم البريطانية- والاتحاد العام للصحفيين الرب، وتجمع وكالات أنباء البلدان النامية، وكونفدرالية صحفيي بلدان آسيا، ورابطة الصحافة الأمريكية، والفيدرالية الأمريكية لروابط الصحفيين المهنيين، والفيدرالية الإفريقية العامة للصحفيين والكثير غيرها.

وراحت تنشأ إلى جانب الاتحادات التي كانت قائمة في السابق اتحادات أخرى جديدة، اكتسبت خبرات كبيرة في العمل. فكانت (فينلندا) في آذار عام 1994، أول لقاء بين صحفيي روسيا والنرويج وفينلندا. وضع بداية لإنشاء منظمة جديدة باسم بارينتنس بريس. وقد أقيمت سياستها العامة على المبادئ التالية: وهي المؤتمر الصحفي المفتوح الذي يعمل باسم حرية الصحافة ومن أجلها ويقدم للصحفيين المعلومات والأخبار المتنوعة ذات التوعية العالية. وتقام الندوات تحت رعاية بارينتنس بريس للعاملين في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء التي تغطي مسائل بارينتنس بريس وقضاياها. وأنشئت مثل هذه المنظمة في منطقة البلطيق.

والتوجه الهام الآخر لتطوير الحركة الصحفية العالمية هو السعي إلى التوحد مع ممثلي المهن المختلفة. وهكذا، إن شمولية المجال الإعلامي ونقل المعطيات عبر الحدود قد جعلت من الصحفيين الذين يستخدمون شبكات الكمبيوتر وغيرهم من الاختصاصيين رهائن التضارب في التشريعات الوطنية في مجال مسائل الإنتاج والمعالجة والحفظ والتوزيع للمعلومات. وظهر مطلب وحاجة قديمة لتوحيد جهود الحقوقيين والصحفيين. وبالنتيجة ولدت رابطة الحقوقيين والصحفيين التي اكتسبت أنصاراً لها في العديد من البلدان. وقد شاركت بفاعلية في المحاكمات للدفاع عن الصحفيين وأصدرت عدداً من الكتب، ولكنها لم تصبح منظمة جماهيرية ناهيك عن أن تصبح منظمة دولية. إن هذا التوجه في التطوير يعتبر ذا مستقبل واعد. إن مثل هذه المنظمات في الوقت الراهن قد أحدثت في الولايات المتحدة الأمريكية وبولونيا وغيرها من البلدان. وقد وزع في السادس عشر

من تشرين الأول عام 1996 الإعلان عن المؤتمر التأسيسي للرابطة الدولية للحقوقيين والصحفيين، لكن توحيد الروابط المبعثرة لم يحدث بعد.

والتوجه الثالث ينحصر في نقل مركز الثقل من التوجه الاجتماعي السياسي لعمل المنظمات الصحفية العالمية نحو التعزيز الواضح والتحسين اللاحق لطبيعتها المهنية ونحو حماية المصالح والاحتياجات المهنية للصحفيين. وبالنتيجة يزداد عدد اتحادات العاملين في الصحافة وبخاصة في الشرق الأوسط. وأضحت مؤسسة (منظمة) العمل الدولية تعير مسائل عمل الصحفيين اهتماماً أكبر.

ومنذ العام 1894، عندما تأسس الاتحاد الدولي للمؤسسات الصحفية في أنتفيربين نص أكثر من قرن من الزمن. وخلال هذه الفترة حدثت في وسائل الإعلام الجماهيري تحولات هائلة. والآن نقف على أعتاب عصر المعلومات. لكن مهما كانت الأمور الجديدة التي ننتظرها في المستقبل لابد من أعمال مشتركة وموحدة لكل الصحفيين وهذه المسألة قضية ملحة وحيوية.

وبغض النظر عن النظام القانوني في هذه الدولة أو تلك تعمل وسائل الإعلام الجماهيري في حقل قانون معين ومحدد تماماً. وإن التصادم في التشريعات المتعلقة بوسائل الإعلام في ظروف شمولية المجال الإعلامي يحدث صعوبات معينة عند التبادل الدولي للمعلومات. وإضافة إلى ذلك، إن التجربة العاملة لبعض الدول تساعد على تطوير القانون الدولي بفضل أن التجربة تنطلق من الواجبات القانونية ويمكن أن تؤدي إلى نشوء معيار لقانون عادي دولي أو محلي يمكن أن ينتشر في جميع البلدان يتعارض تعارضاً واضحاً مع معاييرها. عدا ذلك، إن وجود التجربة العامة بالنسبة للبلدان المشاركة في لاتفاقية الدولية يمكن أن يساعد على ظهور تفسير واحد لموضوعات الاتفاقية.

وإن الخصائص القانونية لتوظيفات وسائل الإعلام الجماهيري لا تقلل من حيوية هرمونية (انسجام) التشريعات الوطنية، وإنما تؤكد ضرورتها فقط.

وتشير التجربة الديمقراطية الدولية إلى طريقتين ممكنتين لتطوير تنظيم وسائل الإعلام الجماهيري: إما إعطاء حقوق وحرّيات وتسهيلات كبيرة جداً عند وجود نظام مدروس بالتفصيل للتنظيم الذاتي، وإما الإدارة المتشددة في حال تنظيم ذاتي ضعيف للصحافة.

وأحد المخارج الواقعية من الوضع القائم هو التطور اللاحق للحركة الصحفية الدولية التي تساعد في الظروف المعاصرة على هرمنة المعايير القانونية في التشريعات الوطنية وتنشط التنظيم الذاتي في الصحافة على أساس الإبداع الاجتماعي السياسي والقانوني الأخلاقي للعاملين في وسائل الإعلام الجماهيري. ونرى من التحليل أن الفارق بين النظم القانونية يحدث صعوبات، معينة لتوظيف وسائل الإعلام الجماهيري في ظروف المجال الإعلامي الشامل. إلى جانب أن التجربة الكبيرة لبعض الدول تساعد على تطوير القانون الدولي بفضل أن التجربة تنطلق من الالتزام القانوني ويمكن أن تؤدي إلى نشوء معايير قانون عادي دولي أو محلي. عدا ذلك، إن وجود التجربة المشتركة لكل البلدان المشاركة في الاتفاقية الدولية يمكن أن يساعد على ظهور تفسير واحد لموضوعات الاتفاقية.

وإن الخصائص القانونية لتوظيف وسائل الإعلام الجماهيري لا تقلل من حيوية هرمنة التشريعات الوطنية، وإنما تؤكد على ضرورتها فقط. وإن تنظيم عمل وسائل الإعلام الجماهيري ممكن كتقديم لأوسع الحقوق والحرّيات والتسهيلات في حال توفر نظام مدروس بالتفصيل للتنظيم الذاتي وإدارة

متشدة في ظروف تنظيم ذاتي ضعيف للصحافة. وتلعب المنظمات الصحفية الدولية التي يعيد العديد منها في الوقت الراهن النظر في أساس وقاعدة عملها ونشاطها دورا فاع لا في الدفاع عن حرية الكلمة وحرية الصحافة وف ي حماية المصالح المهنية للصحفيين وظروف عملهم.



الفصل الرابع

الخصائص القومية لتطور الصحافة الدولية *

إن الصحافة المعاصرة لا تزال تحافظ على بعض الخصائص القومية التي تعتبر ظاهرة من ظواهر أصالة الشعوب من جهة، ورد فعل على التوجهات الدولية في وسائل الإعلام الجماهيري من جهة ثانية، إضافة إلى حفاظها على عمليات التكامل الواضحة تماماً في ظروف عولمة المجال الإعلامي. إن بلدان أوروبا وأمريكا بغض النظر عن التوجه الثقافي الغربي ليست متشابهة أبداً، كما هي الحال مع مختلف بلدان الشرق الأوسط ومنطقة آسيا والمحيط الهادي.

وإن الدول الاشتراكية السابقة، بما فيها الدول التي كانت تشكل الاتحاد السوفييتي، تشكل مجموعة بلدان خاصة ذات صحافه متغيرة بسرعة وعمليات معقدة في وسائل الإعلام الجماهيري. وإن التحول الاجتماعي السياسي والاقتصادي للمجتمع في هذه البلدان قد حدد كذلك التغيرات في عمل الصحافة الدورية و الإذاعة و التلفزيون .

وتجري عمليات هامة في المعنيين العلمي والتطبيقي في صحافة بلدان القارة الإفريقية حيث كثرت اللغات المحلية واللهجات التي تضع أمام وسائل الإعلام الجماهيري قضايا معقدة للغاية خاصة بتوحيد الأمة والحفاظ على الثقافة الأصلية في آن واحد.

* أ.د. عطا الله الرمحين

العالم متنوع جدا وكذلك الصحافة الأجنبية ومن المستحيل الإلمام بكل العمليات في الصحافة العالمية، لكن هناك ضرورة واقعية للنظر في الفريدة القومية المتبقية وإظهار النظريات الأكثر أهمية للتطوير اللاحق في ظروف المجتمع الإعلامي المستمال.

1- خصائص توظيف وسائل الإعلام الجماهيري في أوروبا وأمريكا :

تتضمن وسائل الإعلام الجماهيري في بلدان أوروبا وأمريكا في توظيفها العملي - بغض النظر عن التوجه الثقافي الغربي - اتجاهين واضحين تماما: ما يسمى بالتوجه الأوربي القاري، و"الجزر" الذي يشمل وسائل إعلام بريطانيا العظمى والولايات المتحدة الأمريكية. ولهذا جذوره التاريخية، لكن الفرق ظهر بوضوح أكبر بين الاتجاهين في القرنين التاسع عشر والعشرين.

لقد تطورت الصحافة في القارة وفي بريطانيا في بادئ الأمر حسب تقاليد الصحافة الفردية (الخاصة) عندما كانت صفات الكاتب والصحفي والأديب الاجتماعي مطلوبة أكثر: ومؤسسو الصحافة الإنكليزية هم جوناثان سوفييت ودانيال ديفو وريتشارد ستيل. لكن تطور وسائل الإعلام الجماهيري والظروف السياسية المختلفة أدت إلى بروز اختناقات جوهرية.

وبالطبع لقد تطورت وسائل الإعلام الجماهيري في القارة الأوروبية ووسائل الإعلام في بريطانيا العظمى في مجال سياسي مختلف النظم القانونية- النظام الرومانو- جيرماني في القارة، والقانون العام في بريطانيا العظمى، لكن التأثير المتبادل لإنكلترا والولايات المتحدة لعب هنا دورا هاما عندما بدأت إعادة بناء مضمون الصحف بعد "الثورة التجارية" في الصحافة الجرائدية في أعوام 1830 - 1840.

وإن أعطيت الأفضلية في الصحافة الأوروبية القارية "للرأي ولوجهه نظر المؤلف، فإن الأفضلية في صحافة الجزر أعطيت أكثر فأكثر للواقعة، أي النبأ البعيد والمبعد بواسطة صحافة الأتباء الهامة اجتماعيا.

وأدى هذا الاختلاف إلى آثار أكثر جدية. ولنقل، كان العاملون في الصحافة في ألمانيا وفرنسا وروسيا مهتمين بالدرجة الأولى بفاعلية وتأثير التأثير الصحفي في الجمهور، الأمر الذي تطلب بدوره وضعاً وصياغة متأنين لنظرية الأجناس الصحفية، وحرك إلى الأمام الطرق المنهجية للحوار والمحاكمة وأضحت الفاعلية والقدرة على "الحصول على الواقعة" الأساس في الولايات المتحدة وبريطانيا العظمى. وأدى هذا إلى كتابه المواد الأخبارية حسب مبدأ "الهرم المقلوب"، وفي العديد من الصحف حسب مبدأ "تغيب المحررين". والنتيجة أن الصحافة بالنسبة للبعض هي جزء من العملية الأدبية العامة، فحس المؤلف يجتنب في الإصدارات الدورية ويتعامل مع الأحداث الواقعية وظواهر الواقع وليس مع التخيلات الأدبية.

وبالنسبة للبعض الآخر هي إحدى القنوات الخاصة بالاتصالات التي تستخدم بهدف نشر المعلومات الهامة بالنسبة للمرسل عن وسائل وسائل الإعلام الجماهيري.

ولنتوقف قليلاً عند بعض خصائص الطريقة الأمريكية - البريطانية في توظيف وسائل الإعلام الجماهيري.

إن الرسم التخطيطي لصحف « نيوز - 2000 » ليس بحاجة لأي تعليق خاص.

إنه يتناسب مع المتطلبات الأساسية لنظرية الاتصال. وإن رأس الهرم موجه إلى التغييرات المرغوب تحقيقها في المجتمع، وقاعدة الهرم جاثمة على الاهتمامات الاجتماعية المركزية. أما العناصر المتبقية الأخرى فكلها مدعوة إلى توفير وضمان تنفيذ التغييرات المرغوبة وتحقيقها في الواقع .

ونرى، أن الموديل المقترح يلتقي في الوقت ذاته مع نظرية التحكم بالرأي العام أيضاً، ذلك لأنه يأخذ بعين الاعتبار كل العوامل التي تؤثر في أمزجة الجمهور وأحاسيسه وانفعالاته.

وبالطبع إن موديل صحف "غينيت" مخصص بالدرجة الأولى للجمهور الأمريكي لكنه يمكن أن يطبق في دول أخرى مع بعض التعديل .

ودارت في الولايات المتحدة الأمريكية لفترة طويلة نقاشات حول جوهر الصحافة بالذات. وإن تقرير لجنة روبيرت م . هاتشينز الذي يحمل عنوان : "الصحافة الحرة والمسؤولية" أصبح المصدر الرئيسي لفكرة التنظيم التي أثرت تأثيراً كبيراً في نظرية الصحافة وتطبيقها في مختلف البلدان. واقترحت اللجنة حل المسألة عن طريق اتخاذ الإجراءات التي تحمي الأوساط لاجتماعية أكثر من القوانين النافذة. وقد وضعت من أجل هذا الهدف خمسة معايير للعمل تطلب من الصحافة الحرة والمسؤولة :

- توفير التقرير الشامل عن أحداث اليوم في السياق الذي يجعلها ذات أهمية.
- أن تكون ندوة لتبادل النقد والتعليقات.
- إعطاء صورته متكاملة للفئة (الفئات) التي تشكل المجتمع.

• طرح وتفسير أهداف وقيم المجتمع.

• ضمان الوصول الحر والكامل لأخبار اليوم.

وأشارت اللجنة بخاصة إلى أن الصحافة ليست مهنة مستقلة لأن كل إنسان مثقف يمكن أن يكتب في الجريدة، والفرد الذي لم يعد يقدم مواده إلى الصحافة لم يعد يعتبر صحفياً. وهذا فقط تغيير واحد من التغيرات لأن النظام الأمريكي لإعداد الصحفيين استقى بداياته من جوزيف بوليتسير الذي يعد واحداً من رواد الثقافة الصحفية. وأموال بوليتسير وباقتراح منه كانت قد أحدثت في جامعة كولومبيا عام 1904 مدرسة لإعداد الكوادر الصحفية المهنية التي أضحت معايير ومقاييس الصحافة التي وصفها بوليتسير قاعدة لها. أما إعداد الكوادر ذاته في المدرسة فقد تصوره بوليتسير فقط على أساس المهنية والاحتراف الأساسي.

أما فكرة ضمان حرية التعبير عن الرأي التي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من حرية الصحافة فتتمتع بحد ذاتها بطبيعة إيجابية. إلا أن مذاهب المسؤولية الاجتماعية دعت الصحافة، والحكومة والوسط الاجتماعي إلى المساعدة بفاعلية ليس فقط على حرية التعبير عن الرأي، بل على تنفيذ ما تتطلبه الصحافة الحرة والمسؤولة التي صيغت من قبل اللجنة التي ترأسها هاتشينز. وأعتقد أنه على الحكومة السيطرة - وهي تستطيع القيام بذلك - على الظروف التي تعمل فيها الصحافة دون أن تسيطر على نشاطها. إن وضع القواعد والشروط للعبة أكثر نزاهة لا يعيق حرية اللاعبين فهذا يحسن اللعبة بالنسبة لهم وللمشاهدين. وإن النظر إلى كل نشاط الصحافة الحرة من وجهة النظر هذه يمكن أن يتمتع بمثل هذه الأفضلية بالنسبة للصحافة والجمهور. وفي هذه الغضون سوف يتم تحقيق أهداف التقليل

من الإسراف والفوضى وتكوين رأي عام حقيقي وتقديم الصحافة بأفضل صفاتها
لأكبر عدد من الناس.

ووضعت اللجنة أطرا متشددة لما يمكن للحكومة وما عليها أن تفعل من
أجل زيادة مسؤولية الصحافة، بيد أن إمكانية التدخل ذاتها في حالة تصرف
الصحافة بلا مسؤولية استدعت رد فعل سلبي من جانب المجتمعات الصحفية
العلمية. وتم التعبير عن المخاوف من أن مذهب المسؤولية الاجتماعية سيؤدّي
إلى فرض محدوديات على نشاط الصحافة وسوف يحد من حريتها، لأن في البلاد
أن يكون صحافة حرة بدون أن تقدم الأخيرة أمثلة محددة أو حتى مراحل كاملة
لعدم المسؤولية. وانتقد الباحثون الأمريكيون عن حق النظرية هذه لأن مفهوم
"المسؤولية الاجتماعية" قد تجاهل تماما مسألة مصدر التزامات الصحفيين
وواجباتهم أو تجاهل أنه يجب عليهم أن يكونوا موجّهين.

وهكذا، إن التجربة الأمريكية في مجال التنظيم الحكومي للصحافة قد
أظهرت أن أية أشكال لتدخل السلطة في عمل وسائل الإعلام الجماهيري ومهما
كانت النوايا خيرة، فهي مدمرة بالنسبة لحرية الاعلام. إن المسؤولية الاجتماعية
للصحافة هي مجال من مجالات التنظيم الذاتي، لكنها ليست بشكل من الأشكال
تنظيما حكوميا.

ويشكل تنظيم التدفقات الإعلامية في وسائل الإعلام الإلكترونية مجالا
خاصا. ولقد وضع البروفسور في جامعة ولاية أنديانا هيربيرت تيري خصائص
نظام وسائل الإعلام الإلكترونية بشكلها المكثف والشامل.
وتعمل في الولايات المتحدة الأمريكية الوثيقة الصادرة في عام 1934 والتي
كرست للبث الإذاعي. وقد أدخل إليها في السنوات المنصرمة العديد من

التعديلات التي غيرت شكلها وحدثتها. وهكذا أدخلت إليها في عام 1968،
تعديلات تتعلق بتنظيم البث التلفزيوني الاجتماعي، في عام 1970، تعديلات
خاصة بتلفزيون الكابل، وفي عام 1996، تعديلات بخصوص شركات الهاتف
وشبكات الكمبيوتر.

ومن بين المؤسسات والأشخاص الأكثر أهمية بالنسبة لوسائل الإعلام
ال جماهيري الإلكترونية الذين يقومون برقابة عمله! اللجنة الفيدرالية للاتصالات
والنظام القضائي ورئيس الولايات المتحدة وسلطات الولايات وكذلك الاتفاقيات
والمعاهدات الدولية .

تتألف اللجنة الفيدرالية للاتصالات من خمسة أعضاء يرشحهم الرئيس
ويقترحهم الكونغرس. وتعطي اللجنة الفيدرالية للاتصالات الرخص بالبث وتوزيع
الترددات ، وتوصي بنظام الإرسال . وتستطيع هذه اللجنة القومية القيام بما يجب
عمله، لكنها لا تستطيع منع الإرسالات الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية، أي
الشركات الخاصة. وتاريخيا إن هذه اللجنة تنظم الإرساليات وكذلك شبكة الهاتف
والتلغراف. وافترض حتى العام 1980 أن الإرساليات سوف تقترح على المشاهدين
والمستمعين البرامج الإخبارية وفي حال حدوث العكس يمكن سحب الترخيص
منها، وأن المواجهة الطويلة بين مختلف وجهات النظر بصدد هذا الوضع قد أدت
إلى اتخاذ قرار في 1990 مفاده أن المنافسة الصحية فقط هي التي تستطيع
تحديد كم من الوقت يجب تخصيصه للأخبار. ويستطيع النظام القضائي التأثير
على القوانين والمواثيق التي تصدرها اللجنة الفيدرالية للاتصالات. ويستطيع
القضاة (المحاكم) تأويل قوانين الدستور .

ويعد الرئيس صاحب حق الرقابة والمبادرات التشريعية أيضاً فبناءً على مبادرة الرئيس جيمي كارتر أحدثت وكالة اتصالات تلفزيونية وطنية في وزارة التجارة وهذه الوكالة تعد مستشاراً رئيساً للرئيس بمسائل الإذاعة والبريد التلفزيوني. ومن خلال هذه المنظمة (المؤسسة) بالذات يخصص الكونغرس الأموال لوسائل الإعلام الجماهيري الاجتماعية .

وبما أن السلطات في الولايات تتمتع بصلاحيات كبيرة جداً في الولايات المتحدة الأمريكية كدولة فيدرالية، فإنها تؤثر تأثيراً فاعلاً في وسائل الإعلام الجماهيري الإلكتروني.

وإن المعاهدات والاتفاقيات الدولية تقوم أكثر من أي شيء آخر على تنظيم الترددات واستخدام الأقمار الصناعية للاتصالات، والإنترنت وغيره . والمؤسسة الأكثر تأثيراً هي الرابطة الأمريكية الشمالية للتجارة الحرة التي تضم الولايات المتحدة وكندا والمكسيك. وعندما حاولت كندا الحد من الدعاية للشركات الأمريكية في كندا أدى ذلك إلى غضب عاصف في الولايات المتحدة. فللرابطة الأمريكية الشمالية للتجارة الحرة بالذات هي التي أحدثت تغييرات موقف كندا من مسألة الدعاية والإعلان في وسائل الإعلام الجماهيري الإلكتروني.

وأكثر ما تظهر تجربة تنظيم وسائل الإعلام الإلكتروني في مجال المناقشات السياسية التي تنظم بشكل صارم. عدا ذلك هناك قوانين بث للأطفال يكون حجم الإعلانات فيها محدداً بدقة في الساعة في أيام العمل وبـ 10,5 دقائق في أيام العطل الرسمية والأسبوعية. وقد اتخذت أكثرية شركات الإرسال طوعية ومبادرة من الرئيس كلينتون قراراً بأنها سوف تبث للأطفال نفث مرات في الأسبوع وفي كل مرة ثلاث ساعات. وبناءً على الوثيقة التلفزيونية للاتصالات

للعام 1996، على كل الإرساليات التلفزيونية أن تضع شيفرة خاصة بـ "المفاتيح" التي تقفل بعد وضعها في أجهزة التلفاز لوحات الجنس والعنف غير المخصصة للأطفال. وهناك محدوديات وتعاليم اللجنة الفيدرالية للاتصالات حول الإهانات وكذلك بخصوص البرامج "البذيئة" و"الفاحشة". وفي الأعوام الأخيرة جذبت الإذاعة اهتماماً خاصاً من المراقبين بهذه المواقف.

وقد أوضحت التشريعات المضادة للاحتكارات في مجال وسائل الإعلام الإلكترونية في العقد الأخير من القرن العشرين أكثر لـ بيرالية وقد كانت ألغيت محدوديات كثيرة على المستوى الفيدرالي، إلا أن البعض منها بقي على المستوى المحلي. وهكذا، لا يستطيع مالك واحد أن يملك أكثر من 50% من المحطات المخصصة لشريحة اجتماعية واحدة. وإن صاحب الشبكة التلفزيونية لا يستطيع تخدم أكثر من 35% من المشاهدين في هذه الأراضي وله الحق في امتلاك محطة واحدة فقط، مكرسة لشريحة اجتماعية واحدة (حتى عام 1996 كان مسموحاً بامتلاك محطتين). وتتطور بنجاح أكبر الآن في الولايات المتحدة الأمريكية تلفزيونات الكابل، الأمر الذي يقدم إمكانية للنمو السريع للأقمار الصناعية. إن وثيقة عام 1996 تعير السياسة السعيرية في تلفزيون الكابل اهتماماً خاصاً. وقد أدى إلغاء المحدوديات المضادة للاحتكار إلى إمكانية اعتبار الحديث عن المنافسة في الولايات المتحدة غير جدي. وهكذا، لقد امتلكت أي - تي - شبكة الكابلات الضخمة تي ، سي - أي، الأمر الذي أحدث احتكاراً آخر للإرسال التلفزيوني. ويوجد في وثيقة عام 1996 ، فصل عن العمل في الاتصالات يهدف إلى تنظيم المسائل المتعلقة بالإنترنت .

وإن التجربة الأوروبية القارية أكثر تنوعاً لأن أشكال الملكية لوسائل الإعلام الجماهيري هنا أكثر من أمريكا مثلاً. ففي العديد من البلدان مواقع الدولة قوية جداً في وسائل الإعلام الجماهيري، إضافة إلى أن الكثير يتم القيام به في سبيل ضمان الحرية الحقيقة للكلمة والصحافة.

وهكذا إن الدورة الحادية والعشرين العادية للبرلمان الأوروبي 23 "كانون الثاني، عام 1970 اتخذت قراراً حول وسائل الإعلام الجماهيري وحقوق الإنسان صورت فيه مجال ضمان مسؤولية الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام الجماهيري في فصل خاص فلكي ينفذ الصحفيون واجباتهم ويقومون بوظائفهم وهم يشعرون بالمسؤولية أمام المجتمع والمواطنين يفترض إقامة دورات إعداد مهنية للصحفيين، وإقرار قوانين الأخلاق المهنية، إضافة إلى تشكيل مجالس صحفية تملك الحق باتخاذ إجراءات بإقامة رقابة ذاتية.

وقد تم التصديق على هذه الوثيقة من قبل البرلمان الروسي في عام 1996، وبعد ذلك فقط قبل المجلس الأوروبي روسيا في صفوفه. وقد أشير تكررًا ومرارًا في الصحافة إلى تنفيذ رابطة الصحفيين الروس كل التوصيات الواردة في الوثيقة تقريباً. والم عضلة الرئيسية الآن تنحصر في التغلب على الطبيعة الشكلية للإجراءات المتخذة في مجال التنظيم الذاتي، أي رفع فاعلية القوانين الأخلاقية، كذلك تقوية سمعة اللجان الأخلاقية التي تشكلت من الصحفيين أنفسهم حصراً. والحقيقة تستحق اهتماماً خاصاً لأنهم في روسيا، في الأعوام الأخيرة قد جرت عدة محاولات لتشكيل كل اللجان الممكنة في مجال الأخلاق والأدب التي حاولت إحداث نظام تنظيم في مجال الإرسال الإذاعي التلفزيوني أكثر من غيره.

بالطبع ، يجد بين الأشكال الأوربية القارية والأوربية والجزر العديد من وجهات النظر لتوظيف وسائل الإعلام الجماهيري كأقطاب ، بما فيها التقليدان المتوافقان. وكمثال على ذلك تمكن الإشارة إلى صحافة بلدان أوروبا الشمالية. فهنا تعطى الأولوية، كما في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانية العظمى للأخبار والواقعة. إلا أن مبدأ "الهرم المقلوب" لا يستخدم في كل الحالات . وإن عدم ذكر المحررين يعتبر استثناء نادراً جداً. عدا ذلك فإن جريدة "سونيسكا واغبلاديت" لا تنشر كل المواد مع توافيق أصحابها فحسب بل مع عنوان بريدهم الإلكتروني لكي يستطيع أي قارئ الحصول عند الضرورة على معلومات إضافية مالية ومصرفية وغيرها. ألم تحدث مع وسائل الإعلام تغييرات جذرية خلال السنوات العشر الأخيرة من التحولات الديمقراطية لكن جزءاً فقط من الصحافة المستقلة يسعى إلى تقديم المعلومات الموضوعية والمتنوعة للجمهور. وهناك تأثيرات سلبية على حرية الكلمة من جانب الرقابة الحكومية وأيضاً من جانب المصالح الاقتصادية لأصحاب وسائل الإعلام الجماهيري.

2- وسائل الإعلام في بلدان إفريقيا:

إن الدستور في بلدان إفريقيا الشرقية كينيا وأوغندا وتنزانيا، يضمن حرية التعبير عن الرأي، إلا أن السلطة التنفيذية تسعى إلى المواد النقدية للصحفيين! مبررة ذلك بعدم الاستقرار السياسي الاجتماعي المحتمل الذي يهدد سيادة الدولة. وإن قانون الكذب والقانون حول التحريض ضد الدولة ووثيقة أمن الدولة يحدون من حرية الكلمة التي ينص عليها قانون وسائل الإعلام الجماهيري.

وهكذا عند القضايا المتعلقة بالكذب يتحمل المسؤولية إلى جانب المهتمين الأساسيين أي المؤلفين، المحرر وصاحب الجريدة وأصحاب محلات بيع الكتب وشركات التجارة بالجملة.

وفي هذه الغضون تتعرض هيئة تحرير الجريدة إلى عقاب أكثر قسوة من الصحفي، وبناء على القانون لا يجوز الكشف عن حقائق الحياة الخاصة لموظفي الدولة حتى وإن رفعت ضدهم قضايا جنائية. وحاولت عام 1995 اللجنة الأوغانية الخاصة بأمن الصحفيين نقض ثلاثة قوانين تعسفية تقمع الصحافة، لكن بعد عامين، أي عام 1997، رفضت المحكمة الدستورية في البلاد هذه الاستئنافات. وكانت الوثيقة التي أقرت عام 1976، وتم الحفاظ فيها على العديد من الجوانب التعسفية التي كانت تحتويها وثيقة المرسوم الصحف الصادر بإبان الاستعمار في الأربعينات والخمسينيات العائق الأساسي في تنزانيا أمام حرية الكلمة وحرية الصحافة أيضاً. وهذه الوثيقة الصحفية تحدد لهيئات التحرير جملة من المتطلبات التي يعاقب على عدم الالتزام بها بالغرامات أو بالسجن أو بسحب الترخيص للإصدار. وتعمل قوانين مشابهة في كينيا أيضاً.

وقد لوحظ مع قيام وسائل إعلام جماهيري إلكترونية في بلدان إفريقي الجنوبية المستوى العالي لرقابة الدولة عن طريق التنظيم والترخيص. وإن تنظيم الإرسال التلفزيوني بني على نظرية أن الجانب الإلكتروني تردد الموجات اللاكترومغناطيسية يعود للشعب الذي تعمل الحكومة باسمه على توزيع هذا التردد وتضع المحدوديات على الإرسال في غضون ذلك يستخدمون أشكالاً وأساليب متنوعة للغاية وهكذا فللحكومة الكينية تسعى إلى الاشتراك بالأسهم مع الشركات الصحفية غير الحكومة فهناك خمس محطات تلفزيونية م شابهة إلى اليوم من

ناحية العلاقات المالية . أما المصدر الأساسي للمعلومات بالنسبة لتسرين مليون كيني فهو الإذاعة الواقعة تحت جهاز رقابة خاص وحتى الأغنية إن كانت تتضمن نصاً ينتقد السلطة تتعرض للمنع ويقيم الرئيس الأوغندي موسيفيني حول الشراكة بين السلطة والصحافة "حوارا صحفياً مع رؤساء التحرير . ولا تخضع تفاصيل الحوار للإيضاح في الصحافة ويفقد المشاهدون الثقة بوسائل الإعلام الجماهيري متهمين إياهم بالمرأاة عند ورؤيتهم المحررين الذين عرفوهم من قبل لموسيفيني يتناولون العشاء معه ويضحكون حول طاولة واحدة.

وعلى الرغم من أن دستور تنزانيا يضمن حق التعبير عن الرأي لا توجد في التشريع في البلاد أمور تشير إلى حرية الصحافة الأمر الذي يقود إلى تنظيم فريد من نوعه لعملية الترخيص: تعطى الرخصة لأولئك الذين يمتنعون عن نقد السلطات وللذين يؤخرونه إن كان موجودا وبعد عام 1993 ظهرت وسائل إعلام جماهيري إلكترونية غير حكومية، 12 محطة تلفزيونية و 8 محطات إذاعية. وإن اللجنة التنزانية المتخصصة بالإرسال الإذاعي والتلفزيوني عليها قبل أن تعطي الرخصة بالإرسال الاقتناع بأن مقدم الطلب للحصول عليها مستعد لخدمة مصالح المجتمع.

وتعطى الرخصة لمدة ثلاث سنوات للإذاعة وخمس سنوات للتلفزيون وتحدد منطقة محددة للتغطية أي حتى 52% من مساحة البلاد . بالنتيجة إن إمكانيات التأثير في وعي الناس 52 مليون مستمع وحوالي 3 ملايين مشاهد تحصل عليها بالدرجة الأولى الشركات الحكومية للإذاعة والتلفزيون التي لا توجد نسبة المحدودية بالنسبة لها.

ويتم التعبير عن ضغط السلطات على وسائل الإعلام الجماهيري ليس فقط عن طريق الملاحقة القضائية بل عن طريق نظام التعريفات والضرائب على استيراد الأوراق والأجهزة والمعدات والرخص لممارسة الصحافة ونشر وسائل الإعلام الإعلانات والدعايات الحكومية والعقوبات على هذه الوسائل. وتتطور وسائل الإعلام الإلكترونية في إفريقيا إلى الجنوب من الصحراء بقدر كاف من الذاتية.

وتعد الإذاعة الأكثر تطوراً بفعل الأسباب المشار إليها. فحسب معطيات الأونيسكو كان لكل مئة شخص جهاز راديو في أواسط التسعينات بال مقارنة مع 3,5 جهاز تلفزيون و0,31 جهاز كمبيوتر. 60% من سكان الريف إلى الجنوب من الصحراء يستطيعون امتلاك الراديو، في حين يعتبر سكان المدن مشاهدين للتلفزيون بشكل أساسي. ومن بين عمالقة الإذاعات فإن بي بي سي هي الأكثر انتشاراً، وهي التي تعطي 25 بلداً و 46 مدينة في هذه المنطقة.

وهناك آفاق واسعة أمام الإرسال الإذاعي الرقمي، الذي يتطور بنجاح كبير عن طريق الصناعة بما أن التلفزيون في البلدان الإفريقية يعتبر للصفوة فقط فإن التلفزيون عن طريق الأقمار الصناعية يبقى هكذا أي أن الأغنياء فقط قادرون على شراء الأجهزة ودفع الاشتراكات.

ويتطور الإنترنت والتكنولوجيا بوتائر عالية بما في ذلك النسخ الإلكترونية للإصدارات. وإن عدد الصحف التقليدية وعدد الصحف الإلكترونية يتزايد بوتائر مختلفة، لكن الإصدارات الإلكترونية تسبق بكثير من حيث وتائر نمو الإصدارات التقليدية. وإن أغلب الاتصالات الهاتفية الجيدة في القارة يقدم إمكانية فريدة من نوعها على حساب إدخال نظم أقمار الاتصالات الحديثة في مجال التقليص

الكبير لتخلفها عن الدول المتقدمة في مجال الاتصالات والإعلام وتحدد البنية التحتية ضعيفة التطور ، والتخلف الاقتصادي في البلدان الواقعة جنوب الصحراء والعمليات السياسية الاجتماعية المعقدة والتركيبية المتشكلة لوسائل الإعلام الجماهيري تطور وسائل الإعلام الجماهيري في القارة السوداء وتؤخر الأمية بين السكان التكنولوجية الصحفية. ولوجود عدد كبير من اللغات في المنطقة تصدر هذه الصحف والمجلات باللغات الأوروبية. وتفرض رقابة متشددة على إصدارها من قبل الدولة، وإن الورق والمعدات والأجهزة المطبعية مستوردة، أما التقليد الشفهي فيوجع قراءة الصحف إلى الأنواع الديوانية للنشاط. إن الراديو يعتبر الأكثر تطوراً بين وسائل الإعلام الجماهيري، وبعد عام 1990 أصبح يبيع برامج اللغات المحلية اهتماماً أقل، لكنه لا يزال يتطور بوتائر عالية. ولا يزال التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر في متناول الصنف فقط.

3- صحافة بلدان شمال إفريقيا والشرق الأوسط في الظروف الراهنة:

إن توظيف وسائل الإعلام الجماهيري في بلدان شمال إفريقيا والشرق الأوسط يحدد بأهمية المصالح الجيو سياسية للدول الكبرى في العالم في هذه المنطقة. فبعد حصول أكثرية هذه البلدان على استقلالها وبعد خروج إنكلترا من مستعمرة "شرق السويس" شغلت أهم أربع قضايا الاهتمام الزائد لوسائل الإعلام الجماهيري.

أولاً، قضية الوحدة العربية.

ثانياً ، العلاقات العربية الإسرائيلية .

ثالثاً، الثورة الإسلامية في إيران ونتائجها طويلة الأمد .

رابعاً، قضية إفريقيا الشمالية الغربية.

يمكن استعراض قضية الوحدة العربية بإقناع أكثر من خلال المهمة التاريخية للصحافة الدورية في اليمن. فالصحافة بالذات هي التي رفعت عالياً راية النضال في سبيل الوحدة العربية وفي رسالة الدكتوراه: صحافة اليمن في القرن العشرين: المراحل الأساسية واتجاهات التطور ، حل السيد سالم عمر الفقار تطور الصحافة وحدد الدور الصحفي للصحافة الدورية في توحيد الشمال والجنوب وحل مسائل حيوية أخرى.

ويشير المؤلف خاصة إلى أن صحافة الشمال وصحافة الجنوب في اليمن لعبتا دوراً رائداً في حركة التحرر الوطني في البلاد وتوحيدها الأمر الذي تجاوب ، مع عمل النضال الوطني التحرري الذي تطلب تطور الصحافة وكان حتى عام 1940 في بدايته .

فكان في اليمن الشمالي قوى سياسية مختلفة، بما فيها ممثلو الصفوة الحاكمة الذين حصلوا على تعليمهم في الخارج وخاضوا النضال في سبيل تحرير اليمن من سلطة الإمام. واستخدم "الضباط الأحرار وبفاعلية قوة وسائل الإعلام الجماهيري في حركة المعارضة وكانت إصداراتهم مركزة في جنوب البلاد. وفي مواجهتهم كانت وسائل الإعلام الجماهيري التي أحدثها ومولها النظام الملكي.

وحتى عام 1962، عندما سقطت سلطة الإمام ، كان في اليمن الشمالي عدد قليل من أجهزة الإعلام المعارضة لأن كل الإصدارات المعارضة كانت تصدر في جنوب اليمن .. ومن جهة ثانية، إن الصحفيين في جنوب اليمن الذين دعموا "الجبهة الوطنية" و "جبهة التحرير" كانوا ينشرون مقالاتهم المعادية للاستعمار في الصحافة المعارضة في الشمال. ويسمح لنا هذا بالنظر إلى

الصحافة اليمنية في تلك المرحلة، كحركة موحدة تتمتع بجوانب متعددة لحركة التحرر والنضال التحرري في أساسها الاتجاه المعادي للإمام في المقالات بالنسبة لليمن الشمالي والاتجاه المعادي للاستعمار في اليمن الجنوبي.

إن خصائص تطور الصحافة في اليمن قد ساعدت على الحفاظ على بعض الأجناس الصحفية التي أصبحت قديمة حسب المعايير الحديثة "مثل الزامل" الذي يأخذ بداياته من القصص الشاعرية من الأحداث التي قدمها الشراء والغاؤها في قصور الحكام. وعملياً إن كل الدوريات العربية لا تزال حتى اليوم تقحم كثيراً بالأجناس الأدبية، بما فيها الشر.

إن المجريات السياسية المعقدة التي حدثت في جزئي البلاد قد أدت إلى نشوء أنواع ونماذج متنوعة من وسائل الإعلام الجماهيري التي تتبع مذاهب سياسية مختلفة وتعبر عن إرادة كل شرائح السكان في المجتمع اليمني وآرائهم. وسادت صحافة الأحزاب السياسية الصحافة "المستقلة" الأمر الذي كان يتناسب مع متطلبات العصر.

وإن صحافة البلاد التقدمية بلعبها دوراً واضحاً وملحوظاً في تحرير الشمال والجنوب كانت تؤيد وتعمل في سبيل توحيد اليمن في دولة واحدة الأمر الذي ساعد إلى درجة كبيرة على لفت أنظار وسائل الاعلام الجماهيري اليمنية إلى قضايا الوحدة.

ولعبت مجلة "الحكمة اليمنية" دوراً كبيراً في توحيد البلاد. فلقد ناضلت بثبات في سبيل وحدة البلاد والعالم العربي كله. إن هذه الفكرة وجدت انعكاساً لها لأول مرة على صفحات المجلة في العام 1938 في مرحلة خضوع اليمن الجنوبي للاستعمار الإنكليزي واليمن الشمالي لإدارة الإمام. وإن المساهمة الكبرى التي

قدمتها هيئة تحرير المجلة هي أنها كانت تؤكد على الدوام وحدة الكتاب والشعب في شطري اليمن.

وفي تاريخ الصحافة اليمنية عدد غير قليل من الصفحات عندما كان النضال في سبيل الوحدة يسير بشكل مواز للتوجهات القومية العربية العامة. وإلى جانب المجلة المذكورة "الحكمة" قام صحفيو جريدة "الثورة" وغيرها من الإصدارات بحملتهم التثقيفية والتنويرية والدعائية في هذا الاتجاه. وتحدث عن أهميه الدور التوحيدي لصحافة اليمن حقيقة إن الفئات السياسية المتخاصمة في مرحلة التطور المتأزم قد وجدت في ذاتها القوة للتوقيع على عدد من الاتفاقات وبخاصة تلك التي تعلن عن أن نشاط وسائل الإعلام الجماهيري يجب أن يتوجه نحو إيقاف المواجهات العسكرية .

ويتوز قضية ضرورية جداً هي الوحدة العربية في منشورات كل وسائل الإعلام الجماهيري العربية عند الحديث عن النزاع العربي الإسرائيلي. لنأخذ على سبيل المثال صحيفة "الدستور" الأردنية حيث موضوع الشرق الأوسط يحتل مكانة خاصة. وتعتبر الصحيفة النضال في سبيل استرجاع الأراضي العربية المحتلة أهمية كبرى. وتمثل مكانا خاصا في المقالات قضية الضفة الغربية لنهر الأردن. ويتببط ذلك ارتباطا وثيقا بللقضية الفلسطينية التي تطرح دائما على صفحات جريدة "الدستور".

و"الدستور" تنشر العديد من المقالات والمواد المتعلقة بالعلاقات مع إسرائيل. وكل هذه المواد تتضمن توجهها نقديا واضحا وتتدد بالسياسة الداخلية والخارجية لإسرائيل. وغالبا ما تستخدم هذه الجريدة للتحليل المكرس للأوضاع ما تنشره الصحافة الإسرائيلية أيضا.

والباحث الآخر في مجال الصحافة الأردنية هاشم الطويل يحل مسألة الديمقراطية البرلمانية والصحافة، لكنه يعير النزاع الشرق أوسطي اهتماما غير قليل معتدا على ما تنشره صحيفة "الرأي". ويخرج المؤلف بتعميمات عريضة وواسعة مرتبطة بالصحافة العربية بشكل عام. ويؤكد أن "السلطة السياسية توسع دائما دائرة المسائل التي تمنع التطرق إليها أو إضاعتها.

وفي الوقت ذاته يسمح للصحفيين بمراقبة تنفيذ الوزارات للخدمات الاجتماعية الأمر الذي يتناسب تماما مع أهداف السلطة في الرقابة على عمل هذه المؤسسات .

وتميل الصفوة الحاكمة في البلدان العربية إلى احتكار ملكية سلاح وأدوات وسائل الإعلام وتلك ذات التوجه الثقافي والإعلامي، وإلى احتكار وضع السياسة الإعلامية التي تشرف على تنفيذها.

وهناك رقابة تامة على الكوادر الإعلامية والاعتماد على ولائهم المطلق للسلطة وعلى ما تنص عليه القوانين والتشريعات والمواثيق المهنية التي تحدد واجبات الرجل الإعلامي ولا تهتم كثيرا بحقوقه. وإن الرقابة المباشرة وغير المباشرة والهيمنة على العمل الصحفي وفرض محدوديات على حقوق الصحفي في الحصول على المعلومات والمعطيات من أجهزة الدولة والكثير غير ذلك يحد من الديمقراطية.

وإن محاصرة المعارضة ونشاطها السياسي والإعلامي والقيام بالهجوم عليها واتهامها عن طريق وسائل الاعلام الجماهيري التي يسيطر عليها النظام تنفذ لإحداث شرخ بين المعارضة والشعب كي تبدو المعارضة أقلية لا أهمية لها وبعيدة عن الوفاق الوطني.

ويبرز هاشم الطويل بخاصة مصادر الخطر على التطور الديمقراطي للصحافة العربية. ومن بينها:

- سياسة إدارة الصحافة حيث المؤسسات الصحفية والإعلامية لا تزال حتى الآن تعمل بما يتناسب مع القواعد التقليدية السائدة من وجهه نظر الاهتمام ب"الشهرة النجومية" مع غياب الاهتمام بتطوير الإجراءات الديمقراطية في المجتمع ومع تجاهل مشاكل المواطن العادي.
 - السعي عن وعي أو بغير وعي من قبل الصحفيين إلى إيقاف عملية إقامة ديمقراطية برلمانية في الأردن وتشكيل هالة مقدسة حول خصائص السلطة .
 - التأهيل منخفض المستوى للصحفيين .
 - التحويل الضعيف وضعف الإمكانيات التكنولوجية للإصدارات التي لا تمتلكها الحكومة.
- وبالعلاقة بما عرض أعلاه تعتبر النصائح التالية التي يقترحها المؤلف هامة من الناحية العملية :
- إتاحة وسائل الاتصال والإعلام لجميع القوى الاجتماعية بغض النظر عن الانتماء القومي واللغة والمعتقد الديني والانتماء السياسي . تحقيق مشاركة شعبية قصوى في عمليات الاتصالات وإعلام السكان كي يؤدي دور الجماهير الشعبية فقط إلى الاستهلاك السلبي للمعلومات المنتشرة.
 - رفع احتكار السلطة التشريعية في مجال وسائل الإعلام الجماهيري التي تتمركز الآن في أيدي فئة ضيقة من الأشخاص.

- إعادة النظر في التشريع الحالي في مجال وسائل الإعلام الجماهيري وتنظيف القوانين من كل الحواجز والمحددات التي تعوق العاملين في الصحافة عن ممارسة حقوقهم المهنية وواجباتهم أمام المجتمع. وتلعب الإذاعة والتلفزيون دوراً خاصاً في تغطية النزاع في الشرق الأوسط. المسألة في أن الإرسال من حيث الجوهر لا يستطيع أن يكون إقليمياً دون اعتبار التأثير في جماهير البلدان المجاورة.

وزيادة على ذلك، إن أول دراسات في مجال الأخبار التلفزيونية، مثلاً في منطقة الشرق الأوسط كانت قد ظهرت في السبعينات من القرن الماضي فقط عندما أعدت أعداد من الأعمال التي كرسها للتلفزيون في البلدان العربية على قاعدة كليه الإعلام في جامعة القاهرة. وكما أشار السيد أحمد إبراهيم صبح: سبب الوضع السياسي المعقد في الشرق الأوسط أنه لم يتمكن لفترة طويلة من تنظيم تبادل الأخبار التلفزيونية بين البلدان العربية، على الرغم من أن هذه المشكلة تتمتع بأهمية استثنائية، ففي أكثرية بلدان المنطقة بما فيها سوريا أيضاً لدى السكان إمكانية مشاهدة البرامج التلفزيونية للدول المجاورة دون وضع أجهزة إضافية.

ويعتبر المؤلف ضرورة التنفيذ المبدئي لخطط الثورة الثقافية التي ستكون من غير معنى بدون التطور السريع لوسائل الإعلام الجماهيري التي تشمل كل جوانب الحياة وبخاصة التلفزيون كونه الوسيلة الأكثر جماهيرية والمقدمة الأهم لإجراء تحولات اجتماعية اقتصادية ثابتة في البلاد. ويؤكد العديد من المؤلفين ضرورة الثورة الثقافية في البلدان العربية بالاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيري

(وبهدف تطوير (اللاحق). والسبب لذلك هو النسبة العالية للأمية في أكثرية البلدان العربية .

وتأخذ الصحافة والإذاعة والتلفزيون في جميع البلدان في الشرق الأوسط عملياً في عملها التطبيقي اليومي بعين الاعتبار ذلك العامل الهام مثل العلاقات العشائرية التي تؤثر تأثيراً جوهرياً في الوضع السياسي في هذا البلد أو ذاك. وهكذا تعلن كل قبيلة في المملكة الأردنية الهاشمية أثناء الانتخابات في الصحافة عن المرشح الذي ستدعمه، وإن بدا خلال الحملة الانتخابية أن هذا المرشح لن يكون عند ثقة القبيلة، فإن هذه القبيلة تعلن في الصحافة أيضاً أنها تخلت عن تأييده.

وتعير الصحافة العربية مسألة مشاركة المرأة في الحياة السياسية اهتماماً خاصاً. وحدث في الأردن حادث غير مسبوق بالنسبة للبلدان العربية، إذ نصبت إحدى العشائر امرأة زعيمة لها وهي السيدة فاطمة النعيمات، وأعلنت عن تأييدها ودعمها لترشيحها في الانتخابات النيابية. وقد أحدث ذلك صدى عالمياً. وقد كرست مجلة "الشرق" الصادرة في الإمارات العربية لهذا الحدث مقالة كبيرة (العدد رقم 5 7 للعام 1993، من الصفحة 32 - 33) تتساءلت فيها قائلة: ألا يوجد في القبيلة رجال كي يعطى هذا الدور لامرأة؟ ولا بد من الإشارة إلى أنه حتى بعد الإعلان عن النهج الرسمي نحو الديمقراطية في الحياة السياسية الاجتماعية لا يتوقف في العديد من بلدان الشرق الأوسط عن تطبيق سياسة التمييز بحق النساء. وحتى المؤسسات النسائية لا تستطيع المشاركة بفاعلية في الحياة السياسية الاجتماعية بسبب التدخل في قضاياهن من قبل السلطة التنفيذية.

وبغض النظر عن أن هـلال الـملة الانتخابية يتم التأكيد دائماً على المساواة بين الرجال والنساء، إن الحقيقة هي أن المسافة طويلة جداً للوصول إلى المساواة الحقيقية في الشرق. ويعرض الباحث الأردني هاشم الطويل هذه القضية على الشكل التالي:

"قال أمين عام أحد الأحزاب الأردنية في مقابلة مع صحيفة "المرأة العربية: لـنا واثقين من أن هناك حداً بين قضية المرأة وقضية الرجل .

واننا واثقون من أن المجتمع يحدث فقط علاقات متساوية بين الرجل والمرأة... لكن في الوقت ذاته يصرح: " لا توجد لدى الحزب نوايا في ترشيح امرأة في الانتخابات القادمة".

وحزب واحد فقط من بين اثني عشر حزبا أردنياً اتخذ قراراً بترشيح امرأة إلى البرلمان. وهذا الحزب هو حزب "دعا الذي أعلن عن ترشيح لطيفة تدريس التي مع ذلك لم تخص معركة الانتخابات ولم يسجل اسمها بالتالي في قائمة المرشحين. ولم يتم تفسير سبب هذا القرار إن قضية اجتماعية المرأة حيوية ليس فقط بالنسبة لبلدان الشرق الأوسط الأمر الذي يـشهد عليه العديد من الدراسات التي قام بها العلماء العرب والأجانب .

ولقد أضاعت الثورة الإسلامية في إيران العديد من قضايا وضع المرأة الحالي بعد إقامة تقاليد القرون الوسطي في البلاد.

لكن التغيرات الجذرية في العلاقات بين الدول في الشرق الأوسط تمثل مكاناً خاصاً في الأحداث الإيرانية. والمثال على ذلك نشوب الحرب الإيرانية العراقية واحتلال العراق للكويت وما تلاه من أعمال ومن بينها عملية "عاصفة

الصحراء وتصاعد المسألة الكردية والعلاقات المتبادلة في هذا السياق بين العراق وتركيا.

وإن حللنا موقف وسائل الاعلام العربية من الحرب بين العراق وإيران فإنها، بغض النظر عن بعض الاختلافات غير الهامة كانت تقف إلى جانب إيران. وخلال حرب الخليج ندد العديد منها بالعراق لعدوانيته ودعم القوات الدولية. وتعتبر وسائل إعلام بلدان الشرق الأوسط، وبخاصة العراق وإيران وسورية وتركيا المسألة الكردية اهتماماً كبيراً.

نتيجة لسقوط الإمبراطورية العثمانية كان الشعب الكردي ملزماً عند استنكاره تقسيم وطنه بحمل السلاح للدفاع عن وجوده والحفاظ على عاداته وتقاليده. واستخدم الكثير ضد إقامة الدولة الكردية المستقلة بما في ذلك تحريم التحدث باللغة الأم. وهكذا، منع الأكراد منذ العشرينات من التحدث باللغة الكردية في تركيا. ومنعوا في سوريا من ارتداء اللباس الشعبي. وكان الأكراد يستطيعون التحدث باللغة الأم في إيران لأنها تعتبر هناك لهجة من لهجات اللغة الفارسية، لكن منعوا من إحداث دور للنشر.

إن الإصدارات الدورية الكردية التي نشأت من وقت إلى آخر في كردستان الجنوبية كانت تجذب إليها اهتمام الأكراد في البلدان المجاورة وتمتعت بشهرة كبيرة مساعدة بذلك على الحفاظ على الشعور بالوحدة القومية. ويشكل العراق في الظروف المعاصرة أكثر الأمثلة وضوحاً على حركة التحرر الكردية التي أضحت صحافة الأحزاب السياسية الوطنية القومية مركزاً منظماً لها.

وغالباً ما كانت تغلق الإصدارات الكردية من قبل السلطات الحكومية لأن المهمة الرئيسية للصحافة الكردية كان تعزيز الأخوة بين الأكراد ونشر الأفكار

الوطنية ومساعدة الثوار و الدعاية لنضالهم في سبيل تحرير وطنهم وتطوير الثقافة والكتابة الكردية وحتى النظر في القضية الكردية على المستوى الدولي. يمكن العثور على بعض الإصدارات التي استمرت عدة سنوات ، خاصة تلك، التي دافعت عن مصالح الأكراد ولغتهم وثقافتهم الأصلية. وإن أعداء الأصالة الكردية استخدموا أساليب متنوعة دينية وسياسية للإبقاء على الأكراد أميين وبذلك قطع الطريق عليهم نحو التقدم. واستخدم الإسلام بفاعلية لهذه الأهداف وإذا لعب الصحفيون الأكراد المبشرون دورا خاصا فإن الدعاية الواسعة التي قامت بها السلطات الرسمية ضد التعليم في المدارس الحكومية في كردستان والتي اعتبرت العلم الذي يتم الحصول عليه في المدرسة "عملاً شيطانيًا"، أثرت تأثيراً كبيراً في مستوى التعليم في الأوساط الكردية. لذلك نرى اليوم أيضاً أن مئات الآلاف من الأكراد لا يرسلون أطفالهم إلى المدارس العلمانية.

ويؤكد مقديد ساباتان، أن وجود المطبوعات الدورية الكردية ومصدر صمودها مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنضال الوطني التحرري للشعب الكردي. فمع ازدياد موجة الحركة الوطنية أخذت المطبوعات الدورية تكتب بحرية أكثر وبتفصيل عن الوضع السياسي في كردستان. إن هذه السنة الطبيعية تظهر في صحافة الأجزاء الكردية الإيرانية والتركية والسورية من كردستان.

ومع الظهور المكثف للمهاجرين الأكراد في الدول الغربية أضحت تصدر هناك مطبوعات دورية متنوعة ومختلفة باللغة الكردية. وتجهزت بذلك بشكل خاص بدايات التسعينات. ولقد حاول المثقفون الأكراد في أوروبا من جديد جذب أنظار المجتمع الدولي إلى القضية الكردية. فإن حرية الوطن بالنسبة للمثقفين الأكراد في أوروبا مسألة هامة جداً.

وإن ممثليهم المشهورين لا يتقبلون فكرة الحكم الذاتي في العراق أو في إيران، وذلك لأنهم يعتقدون أن هذه الفكرة تعطي الحرية لفكرة ولا تضمن لهم وحدة شعبهم كله. ويحمل الدمار لأراضي كردستان وثقافتها خلال قرون عديدة ليس الأكراد وإنما السلطات المركزية في البلدان الخاضعين لها.

وبفضل المطبوعات الدورية الكردية في أوروبا طرحت المسألة الكردية من فوق منصات برلمانات العديد من الدول الأوروبية وبخاصة السويد. واستخدام الصحفيون الأكراد في المهجر دائماً الكلمة لجذب انتباه الرأي العام الواسع إلى قضايا شعبهم. وإن أكثرية الصحف والمجلات الكردية تصدر كما كانت في السابق في أوروبا، لكن هذه المطبوعات الدورية في الشرق وفي الغرب معا تقوم بدورها التاريخي للتوصل إلى حل عادل للمسألة الكردية.

وتتمتع صحافة شمال إفريقيا بوضع خاص . وعلى الرغم من أن صحافة هذه المنطقة يجمع إلى الصحافة الإفريقية من الناحية الجغرافية، إلا أنها عربية من الناحية العرقية الأمر الذي يقربها من الصحافة الشرق أوسطية. ناهيك عن أن أكبر بلد في هذه المنطقة، مصر، غالباً ما يسمونها شرق أوسطية. وكما هو الحال في الشرق الأوسط توجد هنا بعض الصعوبات والتعقيدات مع حرية الكلمة وحرية الصحافة في المفهوم المعاصر لهذه المقولات.

وتظهر الأوساط الحاكمة جملة متكاملة من الأساليب ل فيض رقابة على وسائل الاعلام الجماهيري. ومن بينها الحد من إعطاء التراخيص، والرقابة المسبقة، والمحدوديات القانونية، والتحويل السري للمطبوعات وابتلاعها المخفي من قبل التراكم الحاكمة والضرائب وغيرها.

إن وسائل إعلام المغرب الكبير متنوعة ذلك لأنها تعمل في ظروف اقتصادية واجتماعية سياسية مختلفة. و لكل من المغرب وموريتانيا والصحراء الغربية والجزائر وتونس وليبيا خصائصها التي تختلف عن الأخرى وهذا ما يمنعنا من الحديث عنها كنظام واحد. و إن السودان ومصر وتشاد أيضا مليئة بالتناقضات السياسية والإيديولوجية. عدا ذلك إن فرض الإسلام من الأعلى الذي تتبعه القيادة في السودان يستدعي القلق من إمكانية توتر التقاليد الأصولية في جنوب مصر. وإن النزاع في شمال غرب إفريقيا بسبب الصحراء الغربية ودون إسفيناً في الوحدة العربية وأدى إلى اصطدامات مسلحة بين المغرب وموريتانيا من جهة وبين جمهورية الصحراء الغربية الديمقراطية التي تقودها الجبهة الشعبية بوليساريو من جهة ثانية، في حين أن جمهورية الصحراء تلقى الدعم القوي من الجزائر وليبيا.

فإن كانت الصحافة المصرية قد درست بشكل واف، فلا يجوز القول الشيء ذاته بصدد البلدان الأخرى في هذه المنطقة. فمن وجهة نظر هذه الأحداث الاجتماعية السياسية إن التوجهات في مجال تطوير وسائل الإعلام الجماهيري في السودان هي الأكثر أهمية.

بعد الانقلاب العسكري - في الثلاثين من حزيران عام 1989 - الذي أوصل العسكريين إلى السلطة في البلاد فوضعوا نهاية للمرحلة الليبرالية من تطور السودان، وفي السابع من كانون أول من هذا العام أعلن المجلس العسكري عن استخدام الشريعة الإسلامية في البلاد.

إن النظام العسكري الجديد وعلى رأسه عمر البشير خاض معركة حقيقية مع وسائل الإعلام الجماهيري. فتم اعتقال العديد من الصحفيين وزجوا في

السجون. وأكثر من عانى ممثلو الصحافة البعثية والمستقلة. وتعرض الصحفيون الأجانب أيضا للملاحقة والتحقيق إضافة إلى السودانيين، العاملين لصالح المطبوعات الأجنبية ووكالات الأنباء الخارجية. عدا ذلك حاولت السلطات إقالة العاملين في المطبوعات العربية المشتركة واستبدلت بهم أعضاء من الجبهة الوطنية الإسلامية.

وحدث ذلك مع مراسل صحيفة الشرق الأوسط. وفي عام 1990 ، أوقف وسجن لعدة أيام مراسل صحيفة فانيانشال تايمز اللندنية.

وشكل في عام 1990، مكتب خاص ليقوم على مراقبة كل أنواع الصحافة الأجنبية الداخلة إلى السودان. وعدت إعادة الاعتبار للقانون الذي ينص على أن كل المعدات الصحفية يجب أن تخضع للتسجيل في وزارة الداخلية ضربة مؤلمة وجهت إلى الصحافة السودانية. ومن هذه المعدات يمكن ذكر أجهزة التصوير والفاكسات وغيرها. وفي الوقت ذاته منع استيراد كل تكنولوجيا الطباعة.

وإن المعدات الطباعية غير المسجلة بلأسماء أشخاص محددين خضعت للمصادرة ورفعت دعاوى قضائية على مالكي هذه المعدات الذين لم يصرحوا في الوقت المناسب عن وجود مثل هذه المعدات لديهم. وأدى حل اتحاد الصحفيين إلى مصادرة كل ممتلكاته ونتيجة لهذه الإجراءات التعسفية أصبح 600 صحفيا عاطلين عن العمل واقتصروا على البحث عن مكان لهم في مجالات أخرى ذلك لأن كل المطبوعات باستثناء ثلاث صحف ومجلة واحدة قد أغلقت.

ومع ذلك لم يستطع الزعماء السودانيون تجاهل ضرورة تطوير وسائل الإعلام تجاهلاً تاماً. لذلك نظمت ندوة في شباط عام 1990 ، لتكرس لقضايا وسائل الاتصال الجماهيري في البلاد.

وتم في هذه الندوة التأكيد كثيرا على دور الصحافة في العمل التربوي وتطوير العلوم. ونوقشت كذلك قضايا إعداد الكوادر الصحفية بما فيها العمل في الخارج. ويشهد هذا على أن السلطات الجديدة لا تسعى في هذه المرحلة لعرض خططها المتعلقة "بأسلمة" وسائل الإعلام بشكل مكشوف، أي جعل توجهاتها إسلامية بحتة.

وإن تحدثنا عن الإذاعة، فإن إذاعة أم درمان لا تمتلك ترددا خاصاً بها تستطيع نقل برامجها بواسطة لفترة طويلة. فكان يتوقف البث أحيانا بالكامل، وأحيانا كان يطلب للاستمرار بسماعها الانتقال بسرعة إلى موجة أخرى.

وجرت عام 1996، مناقشة مشروع قانون جديد لوسائل الإعلام. وقدم تعليقا وافيا محجوب عروة المعروف من خلال عمله الصحفي منذ عام 1980 وكتب أن "القانون الموجود في السودان هو قانون أولوية السلطة وليس قانونا إسلاميا. وإن أكدت الدولة أنها اتخذت التوجه الإسلامي فلا بد لها من الالتزام بالنظرية الإسلامية في الاتصال الجماهيري، وليس الاعتماد على أولوية السلطة والتوتالية". ويضيف المؤلف معلنا أنه سلم اللجنة الخاصة بقضايا الصحافة والقانون الصحفي فصلا يتضمن التعاليم الإسلامية للنظر فيه واقترح جعله أساسا لإدارة العمل الصحفي اليومي وفي هذا الفصل الذي يحمل اسم "حرية الصحافة" يعلن عن حق كل فرد في إصدار مطبوعة دورية وعن الحريات التي من المتبع اعتبارها ديموقراطية.

ويعتبر النص الذي اقترحه محاولة لفرض إقرار موضوعات حول عمل وسائل الإعلام في العديد من الدول التي يسود فيها نظام الأفكار التي يتم التعبير عنه في العقيدة الإسلامية.

وإن محاولة جعل الصحافة إسلامية موجودة أيضا في دول أخرى في الشرق الأوسط.

وتعد صحافة الصحراء الغربية ذات خصوصية مستقلة. ولهذا الأمر أسبابه الهامة .

إن إسبانيا بعد خروجها من مستعمراتها السابقة تركت وراءها عدداً من المسائل المعقدة التي تعقدت أكثر بسبب أن النظام الاستعماري السابق ترك الصحراء الغربية تحت إدارة مغربية وموريتانية مؤقتة. وإن هذا وبغض النظر عن أن جبهة البوليساريو كانت تعمل هناك، وقبيل انسحاب المستعمرين، أعلن عن تأسيس جمهورية الصحراء الغربية الديمقراطية، وبدأت الحرب الدموية الطويلة .

واحتل المغرب كل الساحل الأطلسي للبلاد وجزءا كبيرا من أراضي الصحراء الغربية. والآن ومنذ ربع قرن ونيف يعيش القسم الأساسي من سكان البلاد في مخيمات في معسكرات للاجئين. وإن محاولات الأمم المتحدة لتسوية الوضع تعطلها السلطات المغربية. والإنجاز الوحيد الذي حققته مهمة الأمم المتحدة هو الوقف المؤقت لإطلاق النار الذي لا يزال ساري المفعول منذ عام 1991.

وفي جمهورية الصحراء الغربية الديمقراطية يعمل الدستور الذي ينص على التوجهات العامة للسياسة الخارجية للجمهورية وهي:

- الدفاع عن الحق العادل للشعب الصحراوي في تقرير المصير حتى الاستقلال التام على الأراضي المعترف بها دوليا (السيادة الكاملة)
- دعم حقوق الشعب في تقرير مصيره السياسي الاقتصادي .
- المشاركة في تنفيذ مشروع توحيد بلدان المغرب الكبير .

- دعم منظمة الوحدة الإفريقية في تعزيز الاستقرار السياسي في المنطقة والمشاركة في تطوير التكامل الاقتصادي بين الدول الأعضاء في منظمة الوحدة الإفريقية.

- تحقيق السلام العالمي والأمن الدولي، والمشاركة في تحقيق التطور الاقتصادي الاجتماعي في جميع بلدان العالم على أساس المساواة والعدل .

وبناء على « المادة 29 » إن حق التعبير على الرأي الخاص بشكليه الشفهي والخطي يضمنه القانون في الحدود التي وضعها القانون لا يوجد قانون مستقل خاص بوسائل الإعلام الجماهيري في البلاد وتستخدم المواد القانونية الموجودة في القانون العام والمدني والجنائي. وبما أن العملة قد بدلت في جمهورية الصحراء الغربية، فإن كل وسائل الإعلام تقريبا تعود ملكيتها إلى الدولة. وتصدر في البلاد صحيفة "صحاري ليبر" (الصحراء الحرة) بأربع لغات (لا توجد مطبعة خاصة في الصحراء فلذلك تطبع هذه الصحيفة في الجزائر). وهناك الإذاعة التي تبث برامج دائمة وتم بناء مركز تلفزيوني. ومن المتوقع استقلال المركز التلفزيوني بعد بدء الاستفتاء حول تقرير المصير في الصحراء الغربية لكن موقف المغرب جعل هذا الاستفتاء مستحيلا من حيث الجوهر. وهناك منشورات تصدر بصورة غير منتظمة عن مؤسسات اجتماعية.

وعلى الرغم من أن وسائل إعلام الصحراء الغربية في وضع بدائي، فإن لديها مستقبلا زاهرا جدا. وبالاختلاف مع البلدان العربية الأخرى إن المستوى التعليمي هنا عال جدا بين السكان: إذ لاوجود للأميين بين البالغين، وهناك عدد كبير من الأشخاص الذين يحملون شهادات عالية حصلوا عليها في الخارج وأناس

يحملون درجات ومسميات علمية. إن تنظيم وسائل الإعلام الجماهيري يتم بالتناسب مع التشريع المعمول به في البلاد. والقرآن ، الجزء الذي لا يتجزأ والحتمي.

والأساس لأي تشريع إسلامي ينعكس في "العرف أحيانا فقط،" والعرف هو القانون العام للصحراء في مجال المسائل الأخلاقية والاجتماعية. وإن معايير القانون العام وضعت هنا خلال قرون من الزمن وتتناسب كثيرا مع نمط حياة الصحراء والتنقل .

ومع ذلك، فإن القرآن يحدد كثيرا القانون المدني وبخاصة قانون الإرث وأيضا القانون الجنائي ، حيث القانون لا يزال محافظا على قوله. وبما أن الإسلام يعتبر دين الدولة في الصحراء الغربية، فإن اتباع عقيدته إلزامي للصحفيين في الصحراء.

وإن التسليم وتبعية السياسيين القوية للعشائر والقبائل وسرية آلية وضع القرارات واتخاذها، إن كل هذا قد ترك بصماته على عمل الصحافة. فإن كان الصحفيون في جميع بلدان العالم يحاولون تثبيت موضوع معين وربطه بعاملين محددين في التحرير، فإن هذا السعي في العديد من البلدان العربية يحصل على تطبيق غير متوقع بعض الشيء. فمثلا، لا يستطيع أحد أن يكتب في الصحف الأردنية أو المجلات الأردنية في المواضيع "المثبتة" المربوطة بصحفيين من الملاك، وهذا يعمل به أيضا في وكالة الأنباء اليمنية سآب.

إن تطور الصحافة الحق في بلدان الشرق الأوسط وشمال شرق إفريقيا عموما مرتبط بحل القضايا السياسية الخارجية المعقدة ودمقرطة الحياة الاجتماعية وارتفاع المستوى التعليمي بين السكان وتحسين القاعدة القانونية، لأنها

تستخدم في كثير من الحالات معايير القانون العام الوطني والإسلامي التقليدي. وإن المسائل الحادة مثل الوحدة العربية والعلاقة العربية الإسرائيلية والثورة الإسلامية في إيران وآثارها بعيدة المدى وتسوية الوضع في شمال شرق إفريقيا وحتى وضع المرأة في الشرق وجعل وسائل الإعلام ذات توجه إسلامي، كل هذا يقع في صلب اهتمام الصحفيين ورجالات السياسة.

4- وسائل الإعلام في بلدان آسيا والمحيط الهادئ:

إن تنوع البلدان القاطنة فيها في منطقة آسيا والمحيط الهادئ قد حدد تاريخ وسائل الإعلام الجماهيري المختلط كثيراً والغني والكثيف. وإضافة إلى ذلك إنها تعاني من مشاكل مشتركة عامة وتختبر على نفسها التوجهات العامة للتطور ، ويظهر ذلك بشكل خاص في دينامية الخصائص الاجتماعية الثقافية لعمل وسائل الإعلام .

وإن الصين الشعبية واحدة من الدول التي تتطور بفرادة وسرعة أكبر في المنطقة. وقد كرسّت مجموعة متكاملة من الأعمال التي حللت ظروف عمل وسائل الإعلام الجماهيري فيها.

إن الانغلاق القومي الصيني التقليدي لم يستطع في الظروف الراهنة حتى الآن لعب دور يؤدي إلى الاستقرار ، لأنه دخل في تناقض مع التوجهات العالمية للتطور الاقتصادي الاجتماعي. وإن انفتاح المجتمع فقط ، بما في ذلك تفعيل الدعاية السياسية الخارجية، يستطع يجذب الاستثمارات الأجنبية إلى الصين، وجعل نمط الحياة فيها جذاباً بالنسبة للعالم كله. إن الصين خلال أعوام الإصلاحات والانفتاح أظهرت وتائر عالية للتطور الاقتصادي والاجتماعي. يتطور الاقتصاد الصيني بوتائر عالية خلال كل مرحلة الإصلاحات.

وبالطبع، إن الإصلاحات في الاقتصاد تطلبت مواقف أخرى من وسائل الإعلام الجماهيري ومن التبادل الإعلامي الدولي ومن الدعاية السياسية الخارجية، إذ إنها مرتبطة ارتباطا وثيقا فيما بينها.

وبما أن سياسة التحديث والانفتاح يفترض تكثيف التبادل الإعلامي العالمي فمن الهام جدا النظر في التوجهات الجديدة في تطور المجتمع الدعائي الخارجي للبلاد. وتدخل في نظام الخدمات الإعلامية للجمهور الأجنبي وكالات التلفزيون والمحطات الإذاعية والتلفزيونية والصحف والمجلات ودور النشر و الاستوديوهات والشبكات الإعلامية الإلكترونية (بما فيها الإنترنت).

ويستطيع الأجانب كل حسب رغبته واهتمامه انتقاء واستخدام الوسيلة الإعلامية الصينية التي تناسبه أكثر، فمثلا، بالنسبة لأولئك الذين يهتمون بالأحداث الجارية في الصين ستكون وكالات شينخوا وجونغو والتلفزيون المركزي الصيني والإذاعة الدولية الصينية والمحطة الشعبية المركزية والإذاعة الصحفية اليومية جين مين جيبا وباللغة الإنكليزية وحتى الأرضيات الإعلامية الصينية على شبكات الإنترنت التي تصدر بانتظام للمستخدمين الأجانب للمعلومات عن جمهورية الصين الشعبية، ستكون عوناً موثوقاً لهم.

وينصح الراغبون بالتعرف أكثر على الجوانب المختلفة للحياة الاجتماعية في الصين بالاطلاع على المطبوعات الدورية باللغات الأجنبية، وهي المجلة السياسية الاجتماعية "باي تشينغ جوباو" (الأسبوعية بكين ريغبو) والمجلة ذات الطبيعة الشمولية "تشينجي جونغو" (الصين اليوم) ومجلة "جونغو هو اباو" (المجلة المصورة "الصين") وأيضا الكتب والمنشورات ومنتجات الفيديو التي تصدرها (فاي فين تشوبانشيه" (دار نشر الأدب باللغات الأجنبية") و "سيس

سيتسي تشو بانشييه" (دار نشر العالم الجديد) و جونغو فينسيوييه تشوباننشييه (دار نشر الأدب الصيني) وسين سي تشوباننشييه (دار النجم الجديد) و أنشجو تشوان باو تشوباننشييه (دار نشر "القارات الخمس ")

وتصدر وسائل الإعلام الجماهيري الصينية منذ زمن بعيد المطبوعات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية باللغات الأجنبية وإنها، كما اقتنع العديد في الخارج، تعتبر مصادر معلومات هامة وموثوقة عن الصين.

وفي الأعوام الأخيرة تظهر أكثر أفضلية وسائل الإعلام الجماهيري الجديدة ووسائل الاتصال في الدعاية السياسية الخارجية وفي التبادل الإعلامي الدولي وتفوقها على وسائل الإعلام الجماهيري التقليدية.

أما التلفزيون فقد أضحى يستخدم في الدعاية الصينية السياسية الخارجية في فترة متأخرة كثيرا، ومع ذلك حقق تقدما وتطورا سريعين. في العام 1991، تم تأسيس مركز تلفزيوني تابع للتلفزيون المركزي مخصص للخارج وهو بتمويله القمر الصناعي أيش - 1) يعيد بث برامج القناة الأولى في التلفزيون المركزي لمناطق سيانغان وأومين وتايوان. ومنذ العام 1992 يبث التلفزيون المركزي البرامج عن طريق الأقمار الصناعية للاتصالات، وإن برامج قنواته الرابعة يمكن أن تشاهد في أكثر من 80 بلدا ومنطقة في العالم.

وتوسع جمهورية الصين الشعبية بنشاط التبادل العالمي والتعاون مع الدول الأخرى في مجال التلفزيون والبث الإذاعي وفي إصدار المطبوعات الدورية وتوقع عقودا في مجال الإصدار المشترك للكتب ونقل حقوق الملكية وتبادل النشرات الصحفية والبرامج التلفزيونية والإذاعية.

ولا تزال المطبوعات الدورية كما كانت في السابق تحتل مكاناً هاماً.

فجريدة "تشاينا ويلي" الصادرة باللغة الإنكليزية تعد الإصدار الصيني الشامل والعام. إنها تصدر منذ الأول من حزيران عام 1981، وتوزع في جميع أنحاء العالم. أما جريدة "جين جيمين جيباو" فبدأت في الصدور في نسختها الأجنبية باللغة الإنكليزية بدءاً من الأول من تموز عام 1985. وتوزع الآن في 80 دولة من العالم الشهرية "تايشين" (صوت المواطنين التايوانيين) رأت النور لأول مرة في كانون الثاني عام 1983، وكما نرى من التسمية إنها مكرسة للمواطنين الصينيين الذين يعيشون في تايوان. والمجلة الشهرية "هواشين لويباو" (صوت المهاجرين الصينيين) بدأت بالصدور في نيسان عام 1995 وحققت شهرة جيدة في أوساط الصينيين الذين يعيشون في تايوان وفي سيانغان وأومين وفي الدول الأجنبية.

والجريدة التي رأت النور منذ فترة وجيزة "جين مين جينسي باو" ("المجلس الاستشاري الشعبي السياسي)، ومجلة "هوانبو" و توننتشي لونتان " (ندوة توحيد الوطن) مخصصة أيضاً للقراء الأجانب وفي الخارج.

وللعديد من هذه الإصدارات مواقعها على الإنترنت والبعض منها توزع على شكل ديسكات الأمر الذي يسمح بتزويد المكتبات الأجنبية وكل المهتمين بمحتوياتها، وعدم اللجوء إلى الشكل الورقي.

ومع تعميق الإصلاحات والانفتاح أظهرت السلطات المحلية والمؤسسات الاجتماعية والمصانع والشركات الاقتصادية اهتماماً متزايداً بالدعاية الخارجية.

ويعلن العديد عن أنفسهم بشكل واسع إما عن طريق وسائل الإعلام المحلية وإما كل طريق الشركاء الأجانب الأمر الذي يؤدي إلى صدق واسع في الخارج. ومن بين الإصدارات الدورية الأكثر تأثيراً المخصصة للقراء في الخارج المجلة

الشهرية " الصين اليوم " (اسمها الأول كان " الصين في البناء وهي تصدر منذ كانون الثاني عام 1952 وتصدر اليوم باللغات الصينية والإنكليزية والفرنسية والإسبانية و الألمانية والعربية. عدا ذلك ، تصدر أيضاً الإقليمية المخصصة لأمريكا الشمالية ونسخة للعميان الذين يتكلمون اللغة الإنكليزية. وتوزع هذه المجلة في أكثر من 150 بلد، من بلدان العالم. وتطبع النسخة الإقليمية والمخصصة لأمريكا الشمالية في الولايات المتحدة الأمريكية وتوزع عن طريق الشبكة المحلية لتجارة المفرق للكتب.

والمسؤولون عن طباعة النسخة العربية ونشرها وتوزيعها هم الزملاء المحليون في القاهرة بناء على اتفاق تم التوصل إليه بين ممثلي مجلة "الصين اليوم في القاهرة وبين جريدة "الأهرام" المصرية. و تصدر النسخة الصينية والإنكليزية أيضاً عن طريق شبكة الكمبيوتر الدولية الإنترنت . وخصصت مجلة "الصين اليوم لجمهور واسع من القراء في الدول الخارجية، أي الصناعيين والتجار والكوادر العلمية التكنولوجية والصحفيين والعاملين في مجال الثقافة والتعليم ولربات البيوت و المتقاعدين.

وتعير المجلة النص والصور الاهتمام الجدي نفسه كي تكون على مستوى احتياجات جمهور القراء الواسع .

واكتسبت مجلة "الصين اليوم إعجاب دائرة واسعة من القراء نتيجة مضمونها الفني والأسلوب الأصيل. وقد أظهرت نتائج استبيان الرأي العام أن العديد من الأصدقاء الأجانب أصبحوا يفهمون الصين بفضل قراءة هذه المجلة بالذات. وأنهم سعداء لأنهم يستطيعون التعرف عن طريق المجلة على تاريخ الصين وثقافتها وحياتها الاجتماعية .

وتصدر مجلة "الصين اليوم" باللغة الصينية منذ تشرين أول عام 1980. ومكرسة بشكل أساسي للمواطنين الصينيين في تايوان وسيانفان وأومين ، وإلى المهاجرين الصينيين أيضاً. والمجلة مدعوة لتعريف القارئ بالنهج السياسي لحكومة جمهورية الصين الشعبية الهادف إلى الوحدة السلمية مع الصين "الجزيرة" وبالمتغيرات الجارية في الصين وبالتبادلات بين شاطئ خليج تايوان. وتعد "الصين اليوم" واحدة من أولى المجلات في الجزء القاري من الصين التي أرسلت مراسليها إلى تايوان لإعداد ريبورتاجات خاصة.

وهناك العديد من الإصدارات الأخرى المخصصة للجمهور الخارجي. وهكذا إن المجلة المصورة "الصين" تصدر منذ تموز عام 1950، وتصدر شهريا بـ 14 لغة بما فيها اللغة الصينية والإنكليزية والفرنسية والإسبانية والألمانية والروسية واليابانية والعربية وتصدر نسخة مخصصة لسيانفان وتوزع المجلة في أكثر من 160 بلد ومنطقة من العالم وتهدف إلى تعريف القراء بسير الإصلاحات الصينية والانفتاح والبناء الاقتصادي والتاريخ القديم والطويل والتقاليد الثقافية وبالمعالم الطبيعية وحياة الشعب وغيرها. ويعبر جهاز تحريرها إضاءة "المواضيع الساخنة" المتعلقة بحياة البلاد الاجتماعية والاقتصادية وتغطيها اهتماماً خاصاً. ولكي تلبي الاهتمامات المميزة لجماهير سيانفان وأومين وتايوان والمهاجرين الصينيين أيضاً تخصص النسخة الخاصة بسيانفان بخلاف الإصدارات الأخرى لهذه المجلة عددا كبيرا من الصفحات للريبورتاجات والأخبار الخاصة بمواضيع "العلاقة المتبادلة بين شاطئ خليج تايوان والأحداث الجارية في سيانفان وأومين والمتغيرات في بلد المهاجرين الصينيين والبنزنس وغيره.

أما مجلة "الصين الشعبية" الشهرية فهي مخصصة للقراء اليابانيين وتوزعها في اليابان فقط وأضحت هذه المجلة في أعين قرائها أفضل دليل ومساعد مخلص في الحياة ذلك لأنها تأخذ بعين الاعتبار الحد الأقصى من العادات الثقافية في اليابان ومتطلبات اليابانيين وعاداتهم. وبين المقالات والصور التي تنشر في هذه المجلة تسود الريبورتاجات والتقارير التي تطرح قضايا البناء الاقتصادي وسياسة الإصلاحات والانفتاح ومسائل الحياة الاجتماعية والإرث الثقافي والتي تتحدث عن العادات الشعبية للأقليات القومية وعن العلاقات الصينية اليابانية.

وحسنت المجلة في الأعوام الأخيرة كثيرا من شكلها ومضمونها بفضل الانتقال إلى الحجم المريح والطباعة الحديثة وتغيير الشكل الفني وفتح صفحات جديدة بعناوين جديدة واستخدام التكنولوجيا المتقدمة والوسائل العصرية في الطباعة. وتوزع "الصين الشعبية" اليوم في اليابان عن طريق القنوات الرسمية لتجارة الكتب.

وتصدر المجلة الشهرية "ريبورتاج من الصين" بلغة الاسبيرانتو وتوزع في ثمانين بلدا من بلدان العالم وتتمتع بشهرة واسعة في أوساط العارفين لهذه الصفة الدولية الفريدة. وتتميز مجلة "ريبورتاج من الصين" بكثافة المضمون وباللغة المبسطة وبالموضوعات الممتعة. وينتمي قراؤها إلى مختلف الأوساط الاجتماعية ويمارسون مختلف المهن، لكنهم يعملون بشكل أساسي في المجال الثقافي والفني والتربية و الطب و العلم و التكنولوجيا . ويظهرون اهتماماً كبيراً بالتاريخ الصيني، وبالثقافة الصينية والحياة الوطنية في جمهورية الصين الشعبية "وي" رى العديد منهم أن ريبورتاجات من الصين "مجلة تعتبر بالنسبة لهم مصدراً هاماً وموثوقاً للمعلومات عن الصين. وأوصى أحد القراء بكل أملاكه وأمواله لهذه المجلة كي

يساعدها على نشر لغة الإسبيرانتو في العالم . واتخذ جهاز تحريرها في الآونة الأخيرة جهوداً هائلة لرفع نوعية المجلة من وجهة نظر المحتوى والشكل الفني محققاً نجاحاً مذهلاً، وتعتبر مجلة "ريبورتاجات من الصين " اليوم بالنسبة لقراءها الذين يتقنون لغة الاسبيرانتو مطبوعة فريدة من نوعها متخصصة بالدرجة الأولى بالحياة الاجتماعية والتقاليد الثقافية في البلاد. وهناك اهتمام خاص بالتكنولوجيا الحديثة وشبكات الكمبيوتر. ففي الصين اليوم 540000 جهاز كمبيوتر مربوط بشبكة الإنترنت، و 14 ألف اشترك في الإنترنت. لم تعط أهمية لفترة طويلة في الصين للإنترنت كوسيلة اتصال، إلا أن التطور العاصف لتكنولوجيا المعلومات وظهور قطاع كامل من الخدمات الجديدة التي تقوم على قاعدة الإنترنت للاتصال فرض على القيادة الصينية تكوين قاعدة علمية وتكنولوجية خاصة بها لإحداث إنترنت ملحق. وإن حل هذه المسألة يساعد إلى درجة كبيرة في السياسة العامة التي وضعت في نهاية عام 1995. وأوائل عام 1996 لتطوير العلوم الصينية والتكنولوجيا. وإن الصين التي تعرف بشهرة الإنترنت وتهتم بها وبالتكنولوجيا المتطورة في العالم تدخل بنجاح نظام ما يسمى الشواطئ الإعلامية المعلوماتية. ومن حيث الجوهر هو مناطق التنظيم الجمركي والضرائبي المعتمد على أولوية التطور في مجال التكنولوجيا الحديثة وتجارة الإلكترونيات والمعلومات والأشهر بينها شاطئ شنغهاي وتيانجين وبكين.

إن انفتاح الصين على نشر التكنولوجيات المتقدمة الإلكترونية والمعلوماتية لها طبيعة وحيدة الجانب وتظهر بشكل أساسي في مجال القبول بالتجربة الخارجية المتقدمة في هذه المجالات. ولا يعلن بشكل واسع عن التصميمات الذاتية التي عمل عليها أكثر من 58 معهد بحوث علمية ومعاهد أخرى. وتجدر

الإشارة إلى أن حوالي 30% من العاملين في هذه المؤسسات خضعوا لدورات تأهيل في الخارج.

وتعد الدولة التي لها المصلحة في ألا يخرج المجتمع من تحت سيطرتها كنظام سياسي النصير الرئيسي للإنترنت والمهيمن عليه وتُمل أجهزة إدارة الدولة باستخدام الإنترنت - الملحق لدراسة أمزجة بعض الشرائح الاجتماعية لإجراء استفتاءات واسعة وحتى لتنظيم علاقة عكسية فاعلة مع جهاز الدولة ورفع مشاركة المواطنين في عملية صياغة سياسة الدولة الاجتماعية.

ولهذه الأهداف أحدث في عام 1997 في الصين برنامج خاص لإدخال التكنولوجيات المتقدمة إلى عمل السلطات التنفيذية والإدارية على المستوى المحلي اليومي.

وإن التعامل العقلاني للسلطات الصينية مع التكنولوجيا المتطورة يظهر في الإجراءات العملية التي اتخذتها. فمن جهة بدأ التفاعل مع الإنترنت عام 1994، في الصين، وفي نهاية عام 1997، بدأت الصين بوضع قواعد متعددة الجوانب وكثيرة في الإعلان عن نظام إحداث واستخدام شبكات الكمبيوتر. ومن جهة ثانية، أعطت الصين الأولوية لتطوير تكنولوجيا المعلومات، لا تستعجل السلطات اليوم في عملية إصلاح الجهاز الإداري البيروقراطي الذي أصبح مفرملا في طريق تطوير هذا الفرع بالرغم من أن خطوات معينة تتخذ في هذا الاتجاه.

إن السلطات الصينية قلقة من أن حوالي 70% من البرامج وحوالي 45% من أخبار الإنترنت في الجزء الصيني ذات منبع خارجي، بيد أنه الآن يقام بكل شيء في سبيل تصحيح هذا الوضع.

إن الفرع الصيني لشبكة الإنترنت يمنع أي منشورات سياسية، عدا تلك التي تتناسب مع النهج العام للحزب الشيوعي الصيني. وقد أقفل باب الوصول إلى وسائل الإعلام الغربية. وإن التصريحات السياسية غير الدقيقة من وجهة نظر السلطات يمكن العثور عليها إما في ZAMAX وإما في لوحات الإعلانات وفي الندوات.

ویدخل في عداد الموظفين الذين يؤيدون المواقع الكبيرة في الآونة الأخيرة "المعدلات" التي عليها القضاء على التعليقات السياسية المجازفة وعلى التعابير غير المراقبة وغيرها من التعابير غير السياسية في الكتب وال ZAMAX والندوات وغيرها. وإن المشاريع الصينية التحديثية تصبح شاملة. وتفترض القواعد الصينية الجديدة التسجيل الحكومي لأي برامج مكرسة لنقل المعلومات السرية (برامج الدفاع والشفيرات وغيرها) وتطلب الإشارة في طلب التسجيل إلى الرقم المتسلسل للبرنامج والإعلان عن أسماء من سيستخدم هذه البرامج.

وإن الحكومة الصينية مع ذلك لم تقرر بعد كيف ستتنظم الإنترنت. وسبب ذلك الرغبة في تحقيق هدفين متناقضين فمن جهة تعرف السلطات الصينية أن تطور تكنولوجيا المعلومات الجديدة هو المفتاح للنجاح الاقتصادي، ومن جهة ثانية، تخاف الحكومة من أن حرية الإنترنت سوف تساعد أعداد الحزب الشيوعي على قيامهم بأعمال تخريبية.

إن سوق الإنترنت الصيني يتطور في الآونة الأخيرة بشكل متسارع.

وسماه عدد من شركات البحوث الشفرة السوي الأكثر آفاقاً في السنوات القليلة القادمة. ويجب على الإنتاج المنتظر لمعدات الإنترنت الملحق بالتلفزيون أن يوسع كثيراً وبسرعة السوق المحلي.

وبدأت الحكومة الصينية اليوم بتوسيع النشاط الاقتصادي في الشبكة. إذ أعدت مشروع قرار بالتراخيص لاستخدام الأسهم التجارية لكن سيسمح بالاشتراك في هذا البنس الربح فقط للشركات الوسيطة التي بحوزتها التراخيص. وهذا القرار لمنع الشركات غير المتخصصة بالتعامل بالأوراق الثمينة مثل الإنترنت (أي الأبواب) من ممارسة أي عمل وسيط. عدا ذلك إن على أصحاب الاكتتاب في السوق قبل خدماتهم الحصول على تصريح خاص.

إن كل هذا هام للغاية في الظروف المعاصرة لأن جمهورية الصين الشعبية قد قبلت في منظمة التجارة العالمية.

وغالباً ما يضعون تايوان في عداد النمر الآسيويين " حيث النمو الاقتصادي السريع يترافق مع إدخال أحدث الإنجازات التكنولوجية.

ففي نهاية الستينات أصبحت تايوان معزولة دولياً. وبعد وفاة الرئيس تشان كايشي في الخامس من نيسان عام 1971، ظهرت في البلاد المعارضة التي عكس نشوؤها استياء الشعب من الحكومة وكنتيجة لذلك ازدادت الحاجة إلى صحافة مستقلة صادقة.

وفي ذات الوقت نشأت وتطورت الاحتكارات الصحفية التي تقع تحت السيطرة المباشرة للحزب الحاكم غوميندان: إن الصحفيين، ليانخي باو، وجونغو جيباو، قد سيطرتا على أكثر من نصف سوق الصحف في تايوان وأصبح إلغاء قانون منع تسجيل الصحف الجديدة الذي سرى مفعوله طيلة 36 عاماً أحد أهم

الأحداث التي ساعدت على تطويره. وإن إلغاء هذا المنع أضحى واقعاً ومحفزاً للنمو السريع لعدد الإصدارات الجديدة، وقد ازداد الصحف اليومية حتى عام 1992 ، من 31 إلى 275 صحيفة.

والاتجاهات الأساسية لتطور الصحف التايوانية في التسعينات هي. تعاونها مع المحطات التلفزيونية في إقامة برامج مستقلة، والإدخال المكثف للكمبيوتر إلى الصحافة والنشر وجعل سوق الصحافة سوقاً تجارية.

وأصبحت مجلة "تايوان جونستيو" (تاريخ تايوان) أول مجلة في الجزيرة تصدر باللغة الصينية عام 1984 ، . وأصبح عدد المجلات التايوانية منذ عام 1962 ، حتى عام 1971 ، يتزايد حتى وصل إلى 1471 مجلة، وأضحت دور النشر تهتم بجدية أكثر بالمضمون ونوعية الورق والطباعة والمنشور الأمر الذي أدى إلى بعض التغيرات . وظهرت في الثمانيات نظريتان أساسيتان في تطوير سوق المجلات التايوانية .

أولاً، ظهور عدد متزايد من المجلات المتخصصة المتنوعة. وهذا التوجه الجديد يعكس المتغيرات التي حدثت في الحياة الاقتصادية والاجتماعية في تايوان خلال السنوات العشر أو الخمس عشرة الأخيرة. وبعد إلغاء تحريم السفر إلى الصين القارية في العام 1987 ، أصبح سكان تايوان ينفقون مبالغ كبيرة على السياحة ويعيشون قضاء أوقات الراحة والفراغ اهتماماً أكبر وقد استجابت الصناعة الصحفية بسرعة لهذه المتغيرات وأضحت تعتمد على الفكر الاستهلاكي الجديد وعلى التنوع الأكبر لاهتمام الناس. وثانياً، دخول تايوان العديد من المطبوعات الدورية الأجنبية باللغة الصينية (بشكل أساسي من هونغ كونغ) وباللغات الأجنبية (من اليابان والولايات المتحدة الأمريكية والبلدان الغربية). وبغض النظر

عن كل هذه الشهرة فإلى المطبوعات الأجنبية ليس لديها في تايوان ذلك القدر من النسخ الذي تملكه في دول أخرى .

والمسألة في الأسعار العالية لهذه المجلات، بالمقارنة مع مثيلاتها الأمريكية.

فمثلاً ، تساوي "ريديرز دايجيست " خمسة دولارات وهي أعلى بمرتين وأكثر في تايوان. وتعد مجلة "الصين الحرة" (أسست عام 1951) المطبوعة الحكومية الرسمية للقراء الأجانب. و يوجد في المجلة فقط نوعان صحفيان زاوية المحرر والأسفار التاريخية. وقد خصص الجزء الأكبر من صفحات المجلات في عام 1997، للمقالات في ثلاثة مواضيع: السياسية والاقتصاد والمجتمع. وتركز النشر في مجال المواضيع السياسية بشكل أساسي على قضايا العلاقات بين تايوان والصين الشعبية، وجرت أيضا مناقشة تلك لمواضيع مثل العلاقة ثلاثية الأطراف في منطقة آسيا والمحيط الهادي والسياسة الداخلية والديمقراطية المتنامية في المجتمع التايواني. والمواد التي تشمل جملة كبيرة من المسائل وهي: المسائل الزراعية وعمل النساء وحماية البيئة ومشكلة المخدرات وحياة القبائل الأسترالية النيوزيلاندية وغيرها وتحتل مكاناً كبيراً المواضيع التي لتتعرض للأمور الثقافية .

وكرست مجلة "سينوراما" (أسست عام 1976) للقراء الصينيين الذين يعيشون في الخارج. وفي الوقت الراهن إن جهاز تحرير "سينوراما" يعتبر الأسس الثلاثية لاتجاهات عمل المجلة هي تغطية الأحداث داخل البلاد وتقاليد الصين وثقافتها وأيضاً الأخبار الدولية. ويجب أن تساعد المواد حول هذه المواضيع على حل المسألة الأساسية وهي تطوير الروابط بين الصينيين الذين يعيشون داخل البلاد وخارجها .

وتأسست مجلة "العامل في الإرسال الإذاعي - التلفزيوني" الشهرية عام

1995. وتعتبر هذه المجلة مجلة ذات تخصص ضيق. ويشكل المحترفون

والمهنيون العاملون في الإذاعة والتلفزيون جمهورها الخاص الأمر الذي يحدد أيضا بنية المطبوعة وتركيبها وشكل تقديم المواد. واستطاعت المجلة العثور على وجهها الخاص وتحولت إلى مطبوعة مؤهلة وإخبارية استثنائية. ولقد بدأ التخطيط للنظام القومي للتلفزيون في تايوان وتكوينه في العام 1948، عندما تم شراء أول أجهزة إرسال وإجراء أول الاختبارات عليها وقد أجرتها اللجنة التنظيمية في مجال التلفزيون التايواني التي أسست عام 1961، وكانت قد صاغت المبادئ الأساسية لإحداث نظام الشركات التلفزيونية الخاصة. تظهر أول شركة في عام 1962، وهي شركة التلفزيون التايوانية، وبدأت بعدها في عام 1968 الشركة الصينية للتلفزيون إرسالها. وفي شباط عام 1971 افتتحت المحطة الثالثة للإرسال على الهواء وهي المحطة الصينية للتلفزيون.

وتمكن الإشارة إلى التوجهات التالية في تطور نظام الإرسال التلفزيوني في

تايوان: إن محطات الإرسال المباشر على الهواء الموجودة في البلاد أصبحت تحت سيطرة الدولة، وحزب غوميندان والعسكريين. ورغبة الحكومة في أن تملك شركات تلفزيون تابعة لها وضيق أفق التعامل مع وسائل الإعلام الجماهيري لدى المستثمرين الخاصين الذين يهدفون لتحقيق الأرباح فقط كل هذا قد أدى إلى تأسيس تلفزيون عالي الريح ومنخفض الجودة.

إن ظهور تلفزيون الكابل فرض على محطات التلفزيون الحكومية بذل

جهود أكبر في مجال إعداد البرامج التلفزيونية وجمع المعلومات ورفع الدور

الاجتماعي للتلفزيون في سبيل جذب جماهير واسعة من المشاهدين والحفاظ عليها.

عدا ذلك تجري في تايوان دراسات نشطة في مجال التلفزيون ذي التردد العالي ويحدث نظام التلفزيون الاجتماعي الأمر الذي من دون شك يتحدث عن توجهات جديدة في تطوير الإرسال التلفزيوني. ويعد استخدام أحدث التكنولوجيات المعاصرة والتقنيات الحديثة و الكمبيوتر ونظم نقل الأخبار عن طريق الأقمار جزءاً هاماً من عملية تطوير التلفزيون في تايوان الأمر الذي يسمح بالنقل المنتظم للمواد من مكان الأحداث مباشرة.

ومنذ عام 1992 ، تعمل في البلاد بنشاط مجموعة تطوير التلفزيون ذي التردد العالي . والتلفزيون ذو التردد العالي له مستقبل كبير في السوق العالمية، فهو والأقمار الصناعية للبث المباشر يشكلان اختراقاً للتكنولوجيا الإعلامية وقادران على التأثير في تطور البعد الاقتصادي والثقافي وفي العاملين في مجال نشرها وإن استخدامها سيؤدي إلى إحداث أماكن عمل جديدة ويصبح حافزاً للاقتصادات الوطنية.

إن ظهور التكنولوجيات الحديثة قد سهل أيضاً توزيع المعلومات المرئية ونشرها الأمر الذي له جوانبه الإيجابية والسلبية .

ومن الجوانب الإيجابية شمولية سوق وسائل الإعلام الإلكترونية، عندما يستطلع سكان البلدان النامية الوصول إلى هذه المعلومة أو تلك، التي يصل إليها سكان البلدان المتقدمة. لكن هذا كله يعني أيضاً أن التدفق الإعلامي بسبب التطور غير المتسوي لقواعد إنتاج تلفزيون ذي تردد عال يستطيع أن يصبح ذا

اتجاه واحد: من الدول المتقدمة إلى الدول النامية، الأمر الذي هيهات أن يؤدي إلى تحسين التفاهم المتبادل بين الشعوب .

إن برامج التلفزيون الاجتماعي تبث باستمرار ونظام بوساطة ثلاث محطات تلفزيون للبث على الهواء. وأضحى اتخاذ القرار بتأسيس محطة تلفزيون حكومية رابعة لتلبية الاحتياجات المتزايدة للمشاهدين خطوة أخرى على طريق ديموقراطية البث التلفزيوني.

وقد ظهرت أول شبكات لتلفزيون الكابلات في تايوان في نهاية الستينات مع ظهور المحطات الخاصة للتلفزيون الهوائي التي كانت ترسل وتنقل برامج التلفزيونات التجارية. وأصبحت هذه المحطات لنقل البرامج المسجلة على أشرطة فيديو أواسط السبعينات أيضا. وبعد إدخال محطات البث عن طريق الكابلات وربطها بنظام الإرسال بوساطة الأقمار الصناعية ازداد عدد هذه المحطات بشكل كبير وازدادت أيضا شهرتها. وساعد على ذلك المجال الواسع لبث البرامج التلفزيونية المرسلة والحرية الكبيرة في صياغة الأنباء.

وأقر في عام 1993 ، قانون تلفزيون الكابلات الذي كان الهدف منه تنظيم سوق هذه الخدمات. فقسمت الجزيرة إلى 50 منطقة عمليات لتلفزيون الكابلات التي في كل واحدة منها سمح بالعمل -كحد أقصى- لخمسة موزعين حاصلين علي موافقات السلطات. عدا ذلك تم إحداث قاعدة معيارية لتنظيم عمل الكلمة في مجال تلفزيون الكابلات واتخذ أيضا قانون مؤقت يسمح بتنظيم هذا المجال خلال الفترة الانتقالية.

وأصبح السوق التايواني مع بدء العمل ببناء على القانون المنظم ليس فقط أكثر نضجاً، بل وأكثر شمولية و أفاقاً. فإن تايوان تسبق كلا من هونغ كونغ واليابان من حيث مؤشرات تشميل العائلات عن طريق تلفزيون الكابلات.

وإن عوامل عديدة تساعد على ذلك وهي الطلب الفردي والعوامل التكنولوجية والاقتصادية والتشريعية وحتى وجود قطاع ظل في الاقتصاد. وإن غياب الحوافز الاستثمارية والتسهيلات الضريبية لا يسمح لفروع الاقتصاد بالتطور بشكل جيد ومطلوب. وإن المنتجين المحليين قلقون أيضاً من غياب المحدوديات في مجال الاستثمار بالنسبة للمحطات الأجنبية ومحطات البث على الهواء بعد إقرار قانون لتلفزيون الأقمار الصناعية، الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى إخراج شركات تلفزيون الكابلات من السوق من قبل المنافسين الأقوى.

وتتنافس على شبكات تلفزيون الكابل في تايوان القنوات التلفزيونية المحلية والأجنبية. وحتى القنوات الكبيرتان تي ديليو إن ودادي ال ليلن تبثان البرامج المحلية تعتبران خاسرتين.

وتسعى قنوات الكابلات من خلال نضالها في سبيل المشاهد إلى تحقيق نتائج سريعة: إنها تملأ بثها بالبرامج الشعبية الشهيرة التي غالباً ما تنسخها عن برامج البث على الهواء التي سيطرت على السوق .

ومع ذلك، تستطيع محطات البث التلفزيوني بالكابل منافسة محطات تلفزيون البث المباشر في ذلك المجال مثل مجال البرامج الإخبارية.

فشركات تلفزيون الكابل تستطيع أن تسمح لنفسها بأن تمتلك طيفا واسعا من البرامج الإخبارية، والأكثر أهمية بالطبع يعتبر عامل استقلاليتها السياسية الأمر الذي يعطيها إمكانية ليس فقط التطرق إلى المواضيع التي يمكن أن تكون ممنوعة

بالنسبة لمحطات تلفزيونية أخرى. بل استخدام الريبورتاجات المباشرة و الموثوقة التي لم تخضع للرقابة الحزبية. ؟

وتؤدي شهرة تلفزيون الكابل وطيف برامجه بين سكان الجزيرة بالمقارنة مع البث التلفزيوني على الهواء إلى أن يقضي المشاهدون أوقاتاً أكثر فأكثر أمام شاشات التلفزيون. وتستدعي هذه الحقيقة قلق العديد من المحللين. عدا ذلك فإن الجزء الأكبر من البرامج المذاعة تشكله برامج شركات التلفزيون الغربية الأمر الذي ينظر إليه كتوسع ثقافي. وإن مسألة تراجع إحدى الثقافات وهيمنة أخرى عليها هامة لدرجة أنها أصبحت موضوعاً للنقاش في أجهزة الدولة في تايوان. ومن جهة بنية البث التلفزيوني حسب نسبة توزيع البرامج تبعاً للمواضيع والتناسب الكمي من إنتاج محلي وخارجي إن تايوان تسبق آسيا بشكل عام من حيث حجم الأخبار والقرب من الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية. وإن حصة البرامج الثقافية التثويرية في التلفزيون التايواني أعلى منها في التلفزيون الأمريكي 20٧1% مقابل 513%.

وحصة البرامج المسلية (46%) وبنتيجة لذلك تكون تايوان قد احتلت وضعاً وسطاً بين الولايات المتحدة (44%) وأوروبا الغربية (43%) وأمريكا اللاتينية (49%) وآسيا بشكل عام (58%) وحصة البرامج المستوردة إلى تلفزيون تايوان -حسب المؤشرات - أقل كثيراً من المتوسط الأوروبي وأمريكا الجنوبية ومتوسطة في آسيا، الأمر الذي يمكن تفسيره بتأثير عاملين اثنين: الأول، أفضليه البرامج الوطنية، أ و ما يسمى "بالثقافة الوطنية، والثاني، التنظيم الحكومي.

وإن الإرسال الإذاعي يعيش في الوقت الراهن مرحلة منافسة حادة، لكن المقارنة مع نظم البث الإذاعي في الدول الأخرى لا تسمح بالنظر بتقاول كبير إلى آفاق الإذاعة التايوانية: إن الليبرالية الغربية للبث لم تعط إمكانية خوض المنافسة مع التلفزيون وإيجاد مكان له في السوق.

ولم يستطع تطور صناعة الكمبيوتر المساس بمجال المعلومات في تايوان الذي يكتسب نوعية جديدة بفضلها. وإن التداول الحر للمعلومات على قاعدة تطور التكنولوجيات المتقدمة قادر على جعل وسائل الاعلام أكثر فاعلية وأكثر جماهيرية وبقدم الإمكانية للمستخدمين كي يكونوا أحراراً من الأطر الزمنية لشبكات البرامج كل يحصل على إمكانية اختيار وقت استقبال المعلومات وإرسالها بنفسه، ويمكن اعتبار الإنترنت الإذاعي والتلفزيوني ظاهرة جديدة في وسائل الاعلام. فالمحطات الإذاعية التايوانية ممثلة بشكل واسع في الإنترنت ولديها مواقعها. لكن التلفزيون يتخلف بعض الشيء في استخدام إمكانيات الإنترنت، ويصل عدد المحطات التلفزيونية التي لها مواقع على الإنترنت في تايوان إلى أكثر من عشر محطات بقليل فقط .

وهناك دولة أخرى في هذه المنطقة تستحق اهتماماً خاصاً بها ألا وهي أستراليا و تصنف الوضع الراهن لوسائل الاعلام في هذا البلد بالتدفق الكبير للمهاجرين من أوروبا في أعوام ما بعد الحرب، ومن ثم المهاجرين من الدول الآسيوية ولهذا السبب تغيرت بعض الشيء طبيعة وسائل الاعلام المطبوعة والإلكترونية على حد سواء.

وإن تحدثنا عن التنظيم القانوني للعمليات الإعلامية، فتمكن الإشارة إلى الظروف الهامة التالية. فلا توجد في الدستور الفيدرالي ولا في دساتير الولايات

موضوعات أو فقرات أو مواد تضمن حرية الكلمة وحرية الصحافة، إذ يستخدم المبدأ التقليدي للدول المستعمرة السابقة (إنكلترا) وهو أن هذه الحريات محمية بشكل أفضل في القانون العام و أن أستراليا كبلد قانون عام تطبق على أراضيها القانون غير المسبوق بالنسبة للدول ذات القانون العام، وبخاصة بالنسبة للمحاكم الإنكليزية والنيوزيلندية.

وتتضمن آليات التنظيم الذاتي في وسائل الإعلام الأسترالية (المجلس الأسترالي لشؤون الصحافة) الجهاز الطوعي الذي تأسس عام 1976، من قبل رابطة الصحفيين الأستراليين وثلاث مؤسسات نشر والناشرين الأساسيين في أستراليا حلف وسائل الاعلام الجماهيري وصناعات الفن والتسليات (التسالي). نشأ نتيجة لتوحيد رابطة الصحفيين الأستراليين مع مؤسسة أخرى للعاملين في وسائل الإعلام الجماهيري.

إن المجلس الأسترالي لشؤون الصحافة يهيء الظروف المناسبة للنظر المستقل والمؤهل وغير المنحاز في الشكاوى المتعلقة بالصحافة. ويذكر عمله بعض الشيء بالنموذج السويدي. وإن السكرتير التنفيذي للمجلس يقوم من حيث الجوهر بوظيفة الرقيب على الصحافة « أمبود سمان ».

وحسب القوانين الأسترالية يعاقب علي إهانة المشاعر الدينية وعلى البذاءة والاعتداء على الأخلاق الاجتماعية إضافة إلى العقوبة بسبب الكذب والتلفيق والتدخل في الحياة الخاصة والبوح بالمعلومات السرية وغيره. وإن نشر "التلفيقات غير اللائقة" يعتبر بناء على القانون العام جريمة صغيرة. وكانت أستراليا قد طبقت المقاييس الإنكليزية ل تحديد ماهية النشر الذي يعتبر غير لائق. وهذه المقاييس موجودة في تحديد "هل تستطيع المادة التي تحرم بمضمون غير لائق

أن تقسد أولئك الذين وعيهم منفتح لمثل هذا التأثير اللاأخلاقي وفي أيدي من يمكن أن يقع نشر هذا النوع من المواد؟

إضافة إلى ذلك فإن المحاكم تحدد هل تعتبر المادة حاملة للإهانة أو أنها غير لائقة بمعنى أن فيها تحديات للباقة الاجتماعية وخروجاً على حدودها. وأيضاً، هل تؤخذ المادة بعين الاعتبار وتوزع بين الأوساط الواسعة من الجماهير أو بين أوساط فئة صغيرة من الناس.

وإن أكثرية الملاحظات القضائية بسبب إهانة الأخلاق الاجتماعية مرتبطة بمسائل الجنس، لكن نشر مواد عن العنف والتعسف وتعاطي المخدرات يمكن أن لصنف أيضاً من الإهانات. واتخذت أكثرية الولايات والأراضي (المقاطعات) وثائق تشريعية إضافية تنظم عمليات تحميل المسؤوليات عن الإهانة الموجهة ضد الأخلاق الاجتماعية. والبعض منها وضعت المخططات المصنفة التي يمكن أن تطبق في مجال منع وتحريم أو الحد من إمكانية نشر المواد المطبوعة والإعلان عنها. وتستند التشريعات عادة إلى المادة "غير اللائقة أو التي تحمل الإهانة" التي يمكن أن تفسر بأنها إهانة حقيقية للمقاييس الاجتماعية المعاصرة. وتطبق قوانين الرقابة عن طريق "التنظيم حسب التصنيف للأفلام وللمؤلفات الأدبية" الذي يفرض على الناشر واجب إرسال المادة غير اللائقة إلى السلطات المختصة كي يتم تصنيفها كالقرم.

وإن نشر المواد الخارجة عن الدين التي تفهم منها المواد التي تحمل الإهانة للكنيسة الأنغليكانية خرق للقانون في القانون العام أيضاً. ويحدد الخروج عن الدين على الأرجح بالطريقة التي كتبت بها المادة (التعليل) بغض النظر عن المضمون.

فمثلاً، إن التعليق الذي ينفي أو ينتقد المذاهب الأساسية للمسيحية لا يسمونه إهانة إن كان مكتوباً بطريقة متحفظة. وخلال سنوات عديدة لم يلاحق قضائياً أحد في أستراليا بسبب الخروج عن الدين. وفي عام 1992، أوصت لجنة إصلاح التشريع في أويلز الجنوبي الجديد بإلغاء المسؤولية عن الخروج عن الدين.

وقانون الإعلان و الدعاية للدخان والموضوعات والمنتجات التبغية للعام 1989، يمنع الدعاية للسجائر والتبغ في وسائل الإعلام المطبوعة. وإن هذا المنع يلغي النقد ويعتبر تمييزياً، ذلك لأنه يستثنى الصحف التي تطبع أو تنشر خارج أستراليا وتدخل البلاد لتباع فيها وتوزع أو تستخدم بشكل شخصي.

وقدمت الحكومة الفيدرالية في عام 1991 مشروع قانون يمنع الدعاية السياسية في الإذاعة والتلفزيون. وهذا أدى إلى مواجهات واسعة لميس فقط من قبل الأحزاب السياسية، بل من قبل لجنة حقوق الإنسان ومجلس الشؤون الصحفية.

وكانت قد أدخلت تعديلات تحد من الدعاية أثناء الحملات الانتخابية وحملات الاستفتاء فقط. واعتبرت المحكمة العليا هذا القانون ملغى وغير معترف به من آب عام 1992.

إن المقاييس الأخلاقية للدعاية في الصحافة الأسترالية تعتبر الأعلى في العالم. ويلحظ في السنوات الأخيرة القلق المتزايد على وضعها المالي. إلا أن هذا لا يعوق عدداً من الصحف عن خوض المنافسة في السوق الوطنية بالرغم من أن أكثرية المناطق - بالطبع - تملك جريدة واحدة أساسية فقط. نمو وسائل الإعلام الجماهيري وامتلاك شخص أو مالك واحد لمختلف أنواع وسائل الإعلام الجماهيري يمكن أن يضيف قليلاً أو جزئياً بفضل تطبيق المواد المعادية

للتروستات فح قانون التجارة ومواد وثيقة خدمة الإرسال، بفضل التنوع الكبير والمنافسة بين جماعات النشر، وأيضا الانتشار السريع لوسائل الإعلام الجماهيري الإلكترونية.

وبغض النظر عن أن الصحافة في مختلف مناطق العالم غالبا ما تتمتع بتوجهات عامة في تطورها، توجد لكل بلد خصائصه. إن توجهات التطور اللاحق لوسائل الإعلام الجماهيري الأمريكية والأوروبية تتميز بنقل المعلومات العاجلة والمعلومات في مجال الأعمال إلى شبكات الكمبيوتر. وبزيادة الوزن النوعي بين نشر التحليل والتعليق والتعقيب والتنبؤ، وينقل مركز الثقل إلى الصحافة الخاصة، (الأمر الذي يبدو واضحا في، الزيادة العددية للمواد الموقعة من قبل أصحابها وفي البرامج الإذاعية والتلفزيونية المنسوبة لأشخاص). ويتغير العلاقة والموقف من خصائص الصحافة تلك مثل تنوع الأجناس الصحفية. إن تطور وسائل الإعلام الجماهيري في إفريقيا الاستوائية يحد بالبنية التحتية ضعيفة التطور، وبالتخلف الاقتصادي في البلدان الواقعة إلى الجنوب من الصحراء، وبالعمليات السياسية الاجتماعية المعقدة وبنية وسائل الإعلام التي تكونت من قبل. وإن الأمية بين السكان والظروف ذات الأهمية تعوق تطور تقنيات الصحافة، هذا وبسبب العدد الكبير للغات المحلية تصدر الصحف والمجلات في غالبيتها باللغات الأوروبية. ويخضع إصدار الصحف والمجلات غالبا للرقابة المتشددة من قبل الدولة، والورق وأجهزة الطباعة ومعدات مستوردة، أما التقليد الشفهي فيرجع القراءة إلى الديوانية، أي أنواع العمل الديوانية. ويعد الراديو الأكثر تطورا بين وسائل الإعلام الإفريقية. وبعد عام 1990، أصبحت تعبر البث باللغات المحلية

اهتماماً أقل، لكنها لا تزال تتطور بسرعة. ويبقى التلفزيون وتقنيات الكمبيوتر رفاهية يتمتع بها أصحاب الثروة.

إن التطور اللاحق للصحافة في بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مرتبط بتسوية المسائل و القضايا السياسية الخارجية المعقدة، وديمقراطية الحياة الاجتماعية و برفع مستوى التعليم بين السكان وبتحسين القواعد التشريعية، وذلك لأن معايير القانون العام الإسلامي والقوس تستخدم في كثير من الحالات. وإن المسائل السياسية الشائكة مثل قضية الوحدة العربية والعلاقات العربية الإسرائيلية والثورة الإسلامية في إيران وآثارها بعيدة المدى وتسوية الوضع في شمال وغرب إفريقيا وأيضاً أوضاع المرأة في الشرق، وأسلحة جعلها مسلحة وسائل الإعلام ذلك كله يقع في صلب اهتمام الصحفيين التقدميين. تعيش وسائل إعلام منطقته آسيا والمحيط الهادئ في الظروف الراهنة تراجعاً عن العلاقات القديمة وتستخدم تجربة البلدان الرائدة من الناحية الإعلامية (بشكل خاص الولايات المتحدة).

وإن وسائل إعلام الصين وتايوان واليابان الجنوبية قد دخلت مرحلة الاتجاه نحو الغرب من حيث المضمون لتأخذ النموذج الأمريكي في أغلب الحالات. وتظهر أجناس صحفية جديدة لم تكن معروفة من قبل مثل المناقشة التي كانت تقايلدها غائبة عن ثقافة هذه البلدان، ويتم خرق القواعد الأخلاقية الأدبية التي كانت تبدو غير قابلة للاختراق. وتدخل كل بلدان المنطقة بقوة أحدث الإنجازات التكنولوجية، في الوقت الذي يتعزز فيه دور الدولة في التنظيم. وإن هذه العمليات تسير في كل دولة من دول هذه المنطقة بصورة مغايرة، لكن توجهها واضح كل الوضوح فللمقرطة والتحديث يسيران جنباً إلى جنب مع تعزيز دور الدولة في وسائل الإعلام الجماهيري.

وإن تعدد أشكال وأساليب الإبداع الصحفي الذي يميز مختلف المناطق والبلدان في العالم يعني الثقافة العالمية، و إن التوجه القائم نحو توج يه الثقافات حسب النموذج الأمريكي يواجه معارضه شديدة في العديد من البلدان، ويعبر عنها بخاصة في الحفاظ على الأنواع الصحفية التقليدية وعلى القواعد المهنية لعمل الصحفيين.



الفصل الخامس

الصحافة الدولية *

المحتويات:

- تمهيد.

1- تعريف الصحافة الدولية.

2- وظائف الصحافة الدولية.

3- تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأثره في الصحافة الدولية.

4- الصحافة العربية الدولية.

* د. سميرة شيخاني

الصحافة الدولية

تمهيد:

حين نتابع الإعلام الدولي بصحافته وبقية المنظومة الإعلامية، نتبع من يريد أن يتعرف عليه لنقترب من غاياته والأهداف التي يسعى إليها، عند أي مشكلة أو حالة غير طبيعية تمس مصالحنا أو تعرض حقوقنا للخطر، ولنعرف أين موقع الإعلام العربي في هذه المنظومة الإعلامية.

سنجد - من خلال هذا التتبع - أن الوجود الإعلامي العربي في منظومة الإعلام الدولي مقابل الحضور الإعلامي الغربي لا يسير لصالحنا ولا يخدم أهدافنا.

وإذا كان هذا حال الوجود الإعلامي العربي عموماً، فإن الصورة تبدو أكثر خطورة بالنسبة للصحافة العربية.

من المؤسف أن يكون حجم المطبوعات إلى السكان في الوطن العربي الكبير الذي يزيد عدد سكانه على (200) مليون نسمة لا يزيد عن (1 %) من نسبته في الدول الصناعية المتقدمة، مع أن العالم العربي شهد صدور أول صحيفة منذ قرنين حين صدرت صحيفة " التنبيه " في مصر إبان حملة نابليون عليها.

ومن المؤسف أكثر ألا توجد في المنطقة العربية بأكملها صحيفة دولية واحدة، بينما يكاد ينحصر هذا النوع من الصحف في ثلاث دول عربية فقط.!

وبهذا تأتي الصحافة الدولية لتشكل مظهراً جديداً من مظاهر الهيمنة الإعلامية، ودليلاً جديداً على اختلال التدفق الإخباري بين دول الشمال والجنوب،

وبالتالي مزيداً من التبعية الإعلامية والاختراق الثقافي لدول العالم الثالث ومنه المنطقة العربية.

1- تعريف الصحافة الدولية:

الصحافة الدولية مصطلح حديث غير محدد المعالم، إذ توحى التسمية بوجود صحافة شاملة للعالم بأسره، كما توحى بوجود هيئة دولية أو غيرها تشرف على الصحافة في العالم، وما يتبادر إلى الذهن هو الحضور الآني لأحداث العالم عند أي متلق، كما يتبادر إلى الذهن سرعة الاتصالات وتربطها بين أجزاء العالم، فضلاً عن دعوات تقول بتحول العالم إلى قرية كونية، وأخرى تقول بضرورة قيام نظام إعلامي عالمي جديد، وهذا يعني صعوبة إيجاد تعريف جامع مانع لمفهوم الصحافة الدولية!.

ورغم ذلك فإن هذه الصعوبة يجب ألا تثنيّا عن المحاولة، ولتكن وسيلتنا إلى تعريف الصحافة الدولية هي محاولة مناقشة الآراء السابقة التي نعود لإيجازها فيما يلي:

- أن توجد هيئة دولية تشرف على الصحافة، بحيث تنتج صحافة موسومة بالدولية تبعاً للهيئة المنتجة للرسالة الصحفية والمشفرة عليها.
- أن يكون مضمون الرسالة الصحفية عالمياً (دولياً)، أو يهتم العالم بأسره.
- أن توجد هيئة ما تملك صحفاً قادرة على إيصال رسالة صحفية إلى كل أنحاء العالم، بحيث تصبح هذه الرسالة دولية من حيث انتشارها، وتبعاً لذلك من حيث مضمونها أيضاً.

والمعروف في العصر الراهن غياب الحالة الأولى لانتفاء وجود هيئة دولية ممثلة لدول أو لشعوب العالم معنية بهذا الأمر أو تتدخل بالاهتمام به.

كما المعروف أيضاً الحضور البديهي للحالة الثانية، ففي كل رسالة صحفية (أو إعلامية) مضمون دولي، إن من جهة الاهتمام بقضايا الإنسان وإنسانيته، أو من جهة حرص الصحيفة على نقل الأخبار من كل أنحاء العالم إلى جمهورها. وكلتا الحالتين غير مشكلة، فالأولى واضحة في غيابها والثانية واضحة في حضورها البديهي.

أما الحالة المشكلة فهي الثالثة، أي الرسالة الصحفية تصبح دولية إذا أمكن انتشارها في كل (أو معظم) أنحاء العالم.

فهذا النوع من الصحافة هو المعني بمصطلح " الصحافة الدولية " إذ تصل الرسالة الصحفية إلى كل العالم، إلا أن منتج الرسالة ليس هيئة تضم كل دول العالم، أو هيئة فوق هذه الدول، ومضمون هذه الرسالة غير متكيف مع رغبات كل من تصله هذه الرسالة وأهدافه [1].

وعلى هذا، يجب أن تتوافر في الصحيفة ثلاثة شروط لتصبح صحيفة دولية هي: الشرط الأول: انتشار التوزيع عبر الحدود والحواجز التي تفصل بين الدول.

الشرط الثاني: قوة التأثير داخل الحدود الوطنية وخارجها، وهي قوة نابعة من عمق المضمون وتنوع المادة الصحفية.

الشرط الثالث: الصدور بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي، أو إصدار طبعات بلغات متعددة تسمح للصحيفة بالوصول إلى قراء خارج نطاق حدودها الوطنية [2].

ومن المهم أن نشير إلى ضرورة توافر العناصر الثلاثة مجتمعة في الصحيفة الدولية، بحيث إذا فقدت الصحيفة عنصراً منها، فقدت طابعها الدولي.

وإذا حاولنا أن نطبق العنصر الخاص باللغة مثلاً على الصحافة الصينية، سنجد على سبيل المثال أن الصين الشعبية تصدر (1777) صحيفة، عدد نسخها العام (202075) مليون نسخة، ويزيد توزيع إحدى صحفها اليومية وهي صحيفة (الشعب) على خمسة ملايين نسخة!.

ولكن صحيفة (الشعب) وغيرها من الصحف الصينية مثل صحيفة (غوان مين جيباو) وصحيفة (جين مين تشوسن باو) وصحيفة (غون جين جيباو) وصحيفة (تشو جانغوا تسينيان باو) لا تعتبر صحفاً دولية بسبب إصدارها باللغة الصينية التي لا تنتشر على نطاق عالمي رغم قوة الصين الدولية.

وعلى الرغم من ازدياد الإصدارات الصحفية الصينية بلغات أجنبية منذ الثمانينيات والنصف الأول من التسعينيات مثل صحيفة (تشينا ديلي) التي تعتبر أول صحيفة في الصين تصدر باللغة الإنكليزية، حيث صدر العدد الأول منها في حزيران عام 1983، ومجلة "الصين" التي تصدر بـ (19) لغة أجنبية، ومجلة (تشجو نغوا تسيز ياتشي) التي تصدر باللغات الصينية والإنكليزية والروسية والفرنسية والألمانية والإسبانية والبرتغالية والعربية، ومجلة (بيجينغ ريفيو) التي تصدر باللغة الإنكليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية، إلا أن أيّاً منها لا نستطيع أن نطلق عليها "صحيفة دولية" لأنها لا تحظى بانتشار واسع خارج الحدود الصينية [3].

وينطبق ذات التحليل على الصحف الروسية، فعلى الرغم من وجود صحف روسية ذات قوة تأثير كبيرة سواء داخل روسيا أو خارجها، وعلى الرغم من ارتفاع

توزيعها الذي يصل إلى (11) مليون نسخة في جريدة (البرافدا)، و (9) ملايين نسخة في جريدة (أزفستيا)، إلا أن أيّاً منهما لا تعتبران بحال من الأحوال صحيفة دولية، وذلك لاقتصار توزيعها على الصعيد المحلي بسبب عدم انتشار اللغة الروسية على مستوى عالمي [4].

ولأهمية الكثير مما تنشره الصحف السوفييتية وبخاصة برافدا وأزفستيا، فإن مراكز التحليل السياسي في الكثير من دول العالم كانت تكتفي بترجمة العديد من أخبار هاتين الصحيفتين ومقالاتهما وافتتاحياتهما حيث تؤخذ كدليل ومؤشر على مواقف روسيا الدولية واتجاهاتها.

ورغم أن الهند تحتل المركز الرابع بين أكثر الدول إصداراً للصحف بعد الولايات المتحدة وروسيا وألمانيا الاتحادية، فإن صحفها لا تتمتع بالصبغة الدولية أيضاً، فالهند تصدر (721) صحيفة يومية ولكن بأكثر من (20) لغة، وهي تصدر أيضاً أربعة آلاف مجلة، ونحو (11) ألفاً من الدوريات الفصلية والمتخصصة، ولكن بـ (52) لغة، لدرجة أنه لا توجد في الهند صحافة وطنية تربط بين المساحات الجغرافية الشاسعة والثقافات واللغات المتعددة فيها، ومن الصعوبات التي تواجه دولية الصحافة الهندية، بل وتحول أيضاً دون قوميتها، أنه لم يمكن حتى الآن تصنيع حروف طباعة للعديد من اللغات فيها مثل اللغة الأوردية [5].

ومن الملاحظ أن دول العالم الثالث المنتشرة في ثلاث قارات، آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، وبشكل عدد مواطنيها حوالي ثلاثة أرباع سكان الكرة الأرضية، لا تملك أي منها صحيفة دولية...! ويرجع ذلك إلى البداية المتأخرة للصحافة الوطنية في غالبية هذه الدول، وكثرة عدد اللغات المستخدمة وصعوبة الاتصال بين المدن

القليلة والمناطق الريفية الشاسعة واختفاء الأرضية الثقافية الجماهيرية والقاعدة المادية للاتصالات [6].

وإذا عدنا ثانية إلى الشروط الثلاثة الواجب توافرها في الصحيفة الدولية، يتبين لنا أن هذا النوع من الصحف ينحصر في ثلاث دول صناعية متقدمة هي: الولايات المتحدة الأمريكية، وإنكلترا، وفرنسا... (الجدول رقم 1).

الجدول رقم 1: التوزيع العددي والمكاني للصحف الدولية

نوع الإصدار		مكان الإصدار
مجلات	صحف	
3	3	الولايات المتحدة الأمريكية
1	5	إنكلترا
4	4	فرنسا

نلاحظ من الجدول السابق أن هناك ثلاث مجلات دولية في الولايات المتحدة الأمريكية هي "تايم Time" و"نيوزويك News Week" و"ذي ريدرز دايجست The Reader s Digest" وفيها ثلاث جرائد يومية ذات طابع دولي وهي "النيويورك تايمز The New York Times" و"الواشنطن بوست The Washington Post" و"وول استريت جورنال The Wall Street Journal".

أما إنكلترا فلها خمس جرائد دولية وهي:

التايمز The Times

والجارديان The Guardian

والفينانشيال تايمز Financial Times

والصنڊاي تايمز The Sunday Times

والأوبزرفر The Observer

وفي الوقت الحالي تسعى إحدى الصحف البريطانية اليومية وهي "ذي اندبندنت" إلى شق طريقها إلى الدولية بأقدام ثابتة، ولبريطانيا مجلة واحدة دولية وهي "الإيكونومست The Economist".

أما فرنسا فلها أربع جرائد يومية دولية وهي:

لوموند Le Monde

و الفيغارو Le Figaro

و فرانس سوار France Soir

و لومانتيه L humanite

وأربع مجلات دولية وهي:

باري ماتش Paris match

و لواكسبريس L Express

و لوبوان Le Point

و لوكانار انشينيه Lecanard encheine

بالإضافة إلى مجلة "إل elle".

وتتباين الصحف والمجلات الدولية السابقة الذكر من حيث المضمون الذي تحمله، فهناك الصحف والمجلات السياسية مثل صحيفة "النيويورك تايمز" و"الغارديان"، وهناك المجلات الاقتصادية مثل مجلة "الإيكونومست" البريطانية، وصحيفة "وول ستريت جورنال" الأمريكية.

وهناك لون آخر من هذه الدوريات يغلب عليها الطابع الثقافي مثل مجلة (ريدرز دايجست)، ولون آخر يهتم بالأزياء والموضة مثل مجلة "إل" الفرنسية. ومن بين أهم الأسباب التي جعلت الصحف والمجلات الدولية تتركز في هذه الدول الثلاثة:

- دولية اللغة الإنكليزية واللغة الفرنسية، فمن المهم أن نشير إلى أن بداية ظهور الصحافة الدولية في العالم توافقت مع بداية انتشار اللغة الفرنسية كلغة دولية، أي لغة السياسة والدبلوماسية الدولية، فقد نشأت الصحافة في أوروبا الغربية في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر بعد اكتشاف المطبعة على يد يوحنا غوتنبرغ في منتصف القرن الخامس عشر، وقد ظلت الصحافة تأخذ طابعاً محلياً أو وطنياً حتى مطلع القرن الثامن عشر وذلك لتخلف وسائل الاتصال والمواصلات في ذلك الوقت.

وفي القرن الثامن عشر أخذت اللغة الفرنسية تحل مكان اللغة اللاتينية كلغة للسياسة والدبلوماسية في مجال الثقافة والأدب والفن، وذلك نظراً لموقع فرنسا الجغرافي المتميز في الوسط الأوروبي، وزعامتها القارية، الأمر الذي جعل اللغة الفرنسية لغة التخاطب للطبقة الأورستقراطية والمتقفة في مختلف البلدان الأوروبية، وقد سيطرت اللغة الفرنسية في القرن الثامن عشر والتاسع عشر ومطلع القرن العشرين، وأصبحت غالبية المعاهدات الدولية الأوروبية تكتب بها حتى ولو لم تكن

فرنسا طرفاً فيها، إلا أن البريطانيين وكقوة أوروبية كبرى آنذاك لم يخضعوا لهذا الأمر الواقع بل حاولوا مراراً إدخال لغتهم الإنكليزية إلى جانب الفرنسية، وبعد انهيار فرنسا أثناء الحرب العالمية الثانية، وانحسار امبراطوريتها وتغير موازين القوى وبروز الولايات المتحدة الأمريكية كأقوى وأغنى دولة في العالم وقيام منظمة الأمم المتحدة ونقل مقرها إلى نيويورك، ساهمت كافة هذه العوامل في دفع اللغة الإنكليزية إلى مركز الصدارة بين لغات العالم، وصارت لغة الدبلوماسية الدولية الأولى [7].

ومع كل هذه المتغيرات الدولية ظلت اللغة الفرنسية هي اللغة الثانية بعد الإنكليزية، فهي ما تزال تحتفظ بمكان الصدارة في منطقة البحر المتوسط، وتقتسم مع اللغة الإنكليزية قارتي إفريقيا وأمريكا الشمالية، كذلك تحتفظ اللغة الفرنسية بمركز ممتاز في سويسرا وبلجيكا وهولندا وموناكو وفي جنوب أوروبا وإيطاليا وإسبانيا والبرتغال، كما يوجد على الأقل حوالي خمسة ملايين نسمة يتحدثون اللغة الفرنسية في لندن وبيروكسيل وبرشلونة وروما وموسكو، وما تزال الفرنسية من أكثر اللغات تأثيراً في مجالات الثقافة والفكر والفن والأدب على المستوى العالمي [8].

التقدم الكبير في وسائل الاتصال والإعلام، فالولايات المتحدة الأمريكية وإنكلترا وفرنسا حققت قفزات هائلة في هذا المجال، مستفيدة من الاختراعات المتوالية في مجال المعلومات والاتصالات بل باتت تحتكر نسبة كبيرة من مصادر المعلومات الإعلامية ومن الاتصالات السلكية واللاسلكية Tele Communication.

وتشير الإحصاءات الحديثة نسبياً لمنظمة اليونسكو (1990) إلى أن الدول الصناعية المتقدمة تسيطر على 92 % من الطيف اللاسلكي ومن المدار الذي تطلق إليه الأقمار الصناعية، وأن هذه الدول تملك 98 % من إمكانات الحاسب

الإلكتروني، كذلك يوجد في أمريكا الشمالية 48 % من أجهزة الراديو، وفي أوروبا 32 %، و 80 % من المرجعية الببليوغرافية التي توجد في بنوك المعلومات والتي يبلغ عددها 55 مليوناً، ويرجع مصدرها إلى دولة واحدة فقط دون غيرها وهي الولايات المتحدة الأمريكية [9].

وإذا كانت هناك خمس وكالات أنباء تسيطر على حركة تبادل الأخبار الدولية، فتختص كل دولة من الدول المهيمنة على إصدار الصحف الدولية بواحدة أو أكثر منها.

فالولايات المتحدة الأمريكية تملك وكالتي "الأسوشيتد برس" و"يونيتد برس" إنترناشيونال"، وفرنسا تملك "وكالة الأنباء الفرنسية"، وإنكلترا تملك وكالة "رويتر"، ولكل وكالة منها مكاتب في أكثر من مئة دولة وتستخدم عدة آلاف من المراسلين والمحررين والموظفين، وتبث الأخبار على مدار الأربع والعشرين ساعة إلى عشرات من الوكالات الوطنية وإلى المئات من الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون، ولم تعد تكتفي بالأخبار المكتوبة وإنما أضافت إليها الصوت والصورة [10].

2- وظائف الصحافة الدولية:

إن الصحافة الدولية شأنها شأن كافة وسائل الإعلام الدولية تعتبر أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة التي تصدرها، ومهما ادعت هذه الصحف من حياد وموضوعية، فحقيقة الأمر أنها تستخدم من قبل الحكومات والمؤسسات والجماعات التي تملكها لتحقيق أغراض سياسية واقتصادية وثقافية، فهذه الصحف تحرص على تقديم صورة إيجابية للنظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه وللشعب الذي تعبر عنه، فالدول تعكس من خلال صحفها الدولية مبادئها ومنجزات حضارتها، فلكل

دولة صورة عن نفسها، تهدف إلى تعزيزها في المجال الدولي حتى لا تبدو مشوهة أو غير صحيحة في أذهان الشعوب الأخرى.

وعموماً، يمكننا إيجاز وظائف الصحافة الدولية بالآتي:

2-1 تحقيق التفاهم الدولي والتعاون بين الشعوب، ولكن تحقيق هذا الهدف مرهون بمدى تصور كل دولة أو شعب للدول أو الشعوب الأخرى، وهنا تلعب الصحافة الدولية دوراً أساسياً في تشكيل ملامح ومحددات الصور القومية للدول والشعوب إذا ما التزمت بالصدق والموضوعية وابتعدت عن التشويه والتزييف المتعمد لإنجازات الشعوب الأخرى.

2-2 تكوين الرأي العام العالمي تجاه الكثير من القضايا التي تهم الجنس البشري كله، وهذا الدور لا يتحقق عن طريق نشر الأنباء والأحداث الدولية فحسب، وإنما بتفسير هذه الأحداث وتحليلها ووضعها في سياقها المناسب الذي يخدم المصلحة الدولية.

2-3 إثارة الرأي العام العالمي بالمشكلات التي تهدد الأسرة الدولية، وهي مشكلات لا يمكن أن تحل بدون تعاون بين الدول، مثل مشكلات سباق التسلح، والنزاعات المسلحة، واشتداد نزعة العنف والإرهاب، والمجاعة والفقر والامية والعنصرية والبطالة والظلم الاقتصادي والنمو السكاني وتدمير البيئة وغير ذلك من المشكلات والقضايا الدولية.

فالصحافة الدولية لا تستطيع أن تنثير اهتمام الرأي العام العالمي بهذه المشكلات فقط، وإنما يمكنها أيضاً إظهار أن هذه التحديات والأخطار تهدد جميع الأمم، وتستطيع أيضاً أن تجعل هذه المشكلات مفهومة على نحو أفضل، وأن تحفز الحكومات لحل تلك المشكلات وتهيء الفئات المثقفة في كافة الدول للعمل من

أجل إيجاد حلول ملائمة لهذه المشكلات، ولن يتسنى لشعوب العالم أن تكون قادرة على أن تساعد بعضها البعض من خلال التعاون السلمي والتفاهم المشترك، إلا إذا ركزت الصحافة الدولية على ما يربط بين الشعوب بدلاً من أن تركز على ما يفرقها [11].

3- تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأثره في الصحافة الدولية:

الصحافة الدولية، أياً كان مضمونها نشأت في سياق تاريخي اجتماعي سياسي محدد، تمثل بالثورة الصناعية وما رافقها من تشكل رأسمالي، فكانت الاختراعات والتكنولوجيا والصناعات المستجدة والمتجددة مدعاة لقفزات نحو عالمية الصحف بدءاً من وكالات الأنباء المرافقة لاختراع التلغراف إلى الإذاعة المرافقة لاختراع اللاسلكي وصناعته، وصولاً إلى البث الفضائي المرافق للأقمار الصناعية والكمبيوتر.

ولا ينفصل طابع هذا النوع من الصحافة ومضمونه ومن ثم عالميته عن السياق التاريخي لنشأته وتطوره.

3-1 تطور الصحافة الدولية:

للصحافة قديماً حدودها الضيقة ضمن التفاعل الاجتماعي في الإطار الجغرافي الضيق، إلا أنه بتطور وسائل الاتصال التي هي جزء من وسائل الإنتاج ومتطورة معها، بدأت حدودها تتسع مع ازدياد هذا التطور.

ويمكن الإشارة هنا إلى أهم المراحل التي مرت بها الصحف حتى تحولت إلى العالمية:

المرحلة الأولى: وهذه مرحلة مهمة من حياة الصحافة الدولية، بدأت مع اكتشاف المطبعة عام 1436 م حتى أواخر القرن التاسع عشر، لقد قضت المطبعة على الخبر المنسوخ المقصور على فئة معينة محظوظة، وجعلت الخبر المطبوع ينتشر بسرعة، ولما كان الطابعون يجدون صعوبة في بيع الكتب التي كانوا يطبعونها ببطء، لاحظوا أن الورقة المطبوعة كانت موضع اهتمام عدد كبير من القراء، لأنها تحتوي على آخر الأنباء المتعلقة بالسياسة والحرب وغيرها، ومما لا شك فيه أن مثل هذا الظرف كان السبب لبداية عصر الإعلام الجماهيري حين اتسعت دائرة القادرين على القراءة والقادرين على شراء المطبوعات [12].

إذاً في مرحلة الطباعة، أصبح للصحف طابعاً جماهيرياً، إلا أن هذه الجماهيرية اتسمت بانحصار الصحف ضمن:

- 1 - الدولة الواحدة بشكلٍ رئيسي.
- 2 - المدن بشكلٍ خاص.
- 3 - النخب المتعلمة والفنية التي اتسع نطاقها قياساً إلى مرحلة "الكتابة" بسبب ازدياد دائرة المتعلمين وبسبب انخفاض سعر الكتاب والجريدة [13].

المرحلة الثانية:

وهي مرحلة الخدمات البريدية حيث كان البريد عاملاً آخر قدم مساعدة فعالة للصحافة الدولية، فمرفق البريد ارتبط ارتباطاً وثيقاً بالصحافة، ومشى معها جنباً إلى جنب، وكان الغرض من إنشائه جمع الخطابات والصور في مكان معين ونقلها بسرعة وانتظام إلى المرسل إليه لقاء أجر معلوم، وكان البريد ينقل بواسطة رسل خاصين لحساب نفر من الناس، كل هذا وما لحقه من تعدد إرسال البريد

وتنظيمه وسرعته وضمنان المراسلات وتحديد المسافات والمواعيد والأجور
....إلخ، لم يتم إلا تدريجياً خلال القرن السادس عشر [14].

أما في القرن التاسع عشر، فلعب التقدم الكبير الذي طرأ على الخدمات البريدية دوراً بالغ الأهمية في الحصول على الأنباء الخارجية ونشرها، مما شكل حلقة جديدة من حلقات تطور الصحافة الدولية.

المرحلة الثالثة:

مرحلة الاتصالات السلكية التي رافقت الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر مستفيدة من التعاقب السريع للاكتشافات التكنولوجية الذي تميز به هذا القرن.

ففي عام 1837 م استطاع "صمويل موريس Morse" اختراع التلغراف الذي أحدث نقلة هامة في الحصول على الأنباء الدولية، حيث أمكن عن طريقه إرسال 20 كلمة في الدقيقة [15].

ثم جاء اختراع (التليفون) على يد "غراهام بل" عام 1876 م ليحقق الاتصال الفوري والمباشر بين المراسل الخارجي والمصدر من ناحية، وبين المراسل الخارجي وصحيفته من ناحية ثانية، مهما تباعدت المسافة بين كل طرف منهما، وفي النصف الثاني من القرن التاسع عشر ظهرت وكالات الأنباء التي ساهمت في اختراق الإعلام الجماهيري - ومن ضمنه الصحف - حدود الدولة، إلا أنه لم يصبح عالمياً (أو دولياً) إلا في المرحلة الرابعة.

المرحلة الرابعة: وهي مرحلة الاتصالات اللاسلكية التي بدأت في عام 1896م عندما تمكن العالم الإيطالي الأصل "جوجيلمو ماركوني Marconi" من اختراع

اللاسلكي، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبياً بدون استخدام الأسلاك [16].

حيث أمكن استخدام الراديو في عام 1917 م لنقل الأخبار الصحفية الدولية، والذي مكن من إرسال 67 كلمة في الدقيقة الواحدة [17].

إن استخدام الترانستور الذي عرف في الخمسينيات من القرن العشرين، وأحدث تغييراً كبيراً في انتشار الرسالة الصحفية بفضل التطورات التكنولوجية في مجال الإرسال، وبفضل تشغيل أجهزة الاستقبال بالوقود الجاف (البطارية) وصغر حجمها وتدني أسعارها، أمكن استخدامه أيضاً في إرسال الصور، إلا أن الأمر كان قاصراً على الصور الفوتوغرافية وغالباً ما كانت تصل غير واضحة، وتضيع منها بعض التفاصيل الدقيقة.

ولكن اختراع جهاز "الفاكسميلي" عام (1920) وهو ما يمكن أن يطلق عليه "جهاز الإرسال عن بعد أو جهاز إرسال النصوص اللاسلكية"، قد مكن الصحف من إرسال الصور بكافة أشكالها بالإضافة إلى إرسال النصوص المكتوبة أيضاً، وبذلك أمكن إرسال صفحات كاملة مطبوعة من الصحف عبر الدول أو القارات بواسطة موجات الراديو، وذلك عن طريق تغذية جهاز الإرسال بالمادة الصحفية ليستقبلها جهاز استقبال مماثل في مكان آخر بعد دقائق [18]، وقد أحدث هذا الجهاز طفرة كبيرة في عمل الصحافة الدولية، حيث حقق لها نقل الأنباء والموضوعات والصور والصفحات الكاملة من الجريدة في دقة وسرعة، بالإضافة إلى عامل السرية لما ينفرد به مراسلوا الصحف من أخبار والتي كانت عرضة للتسرب عبر وسائل الاتصال القديمة، وقد تطور نظام الفاكسيميلي حيث زود

بجهاز كمبيوتر ضاعف من قدرات الجهاز الذي أصبح بإمكانه إرسال واستقبال 50 صفحة في وقتٍ واحد [19].

وكما كان اختراع المطبعة تحولاً نحو جماهيرية الصحف، وكان اختراع اللاسلكي قفزة في هذا التحول ومدخلاً نحو الصحافة الدولية، فإن ثلاثة اختراعات ضمن هذه المرحلة (المرحلة الرابعة) لعبت دوراً حاسماً في ولادة الصحف الدولية الراهنة هي "الحاسب الإلكتروني، والأقمار الصناعية، وأشعة الليزر".

– الحاسب الإلكتروني Computer:

فاستخدام الحاسب الإلكتروني الذي بدأ منذ الخمسينيات من القرن العشرين وأصبح في الستينيات واسع الانتشار، لعب دوراً كبيراً في مجال تسريع عملية إنتاج الرسالة الصحفية وبثها وفي مجال توسيع دائرة مستخدميها، إنْ باكتشاف الكومبيوتر الفردي أو بارتباطه بأنظمة النصوص المرئية والمؤتمرات عن بعد والبريد الإلكتروني وقواعد المعلومات وبنوكها وشبكاتها.

– الأقمار الصناعية Stalitte:

الأقمار الصناعية التي استخدمت في عمليات الإرسال التي عرفت تجارياً عام 1964م قدمت خدمة كبيرة للصحف، من حيث إمكانية تصوير صفحات هذه الصحف ونقلها من بلد إلى آخر لتصدر من أماكن متعددة في وقتٍ واحد [20]. وبذلك تصل الصحيفة إلى القارئ بسرعة، بعيداً عن مشاكل النقل والتوزيع. وعلى سبيل المثال ... تصدر صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون" طبعاتها الرئيسية في باريس، وتنقل صفحاتها إلى كلٍ من لندن وزيورخ وهونغ كونغ وسنغافورة ولاهاي، حيث تصدر منها الطباعات الخمس الأخرى.

هذا بالإضافة إلى إمكانية نقل المؤتمرات الصحفية والاجتماعات في وقت انعقادها والاستماع إلى مناقشاتها [21].

- الليزر:

فبفضل اختراع الليزر عام 1960 م وتطوير صناعة الألياف البصرية أمكن الربط بين مقر الصحيفة ومكاتبها الخارجية التي قد تبعد عنها آلاف الأميال [22]. وهذه الاختراعات الثلاثة أدت في مجال الإعلام إلى:

1 نظام الاتصالات الفضائية،

2 شبكات الحاسب،

3 كابلات الألياف الضوئية.

إن هذه الاختراعات لا تعمل اليوم بشكل منفصل، فبفضل "النظام الرقمي Digital" الذي تطورت إليه نظم الاتصال، أمكن الدمج بين الاتصالات الفضائية والاتصالات عبر الكوابل والاتصالات عبر الحاسبات الإليمترونية، أو ما يعرف بـ "الوسائط المتعددة Multimedia" لتحدث ثورة في حقل الاتصالات زادت من سرعة نقل الرسالة الصحفية واختراقها الحواجز الجغرافية ومن ثم ثبتت دوليتها [23].

ومما زاد من فعالية الصحف وتحسين الأداء المهني للوظيفة الإخبارية فيها، ابتكار نظم لحفظ المعلومات واسترجاعها داخل البلد الواحد وخارجه على المستوى الدولي من خلال توظيف بنوك المعلومات وشبكات [24].

ومن أهم التحولات التي تشهدها الصحافة الدولية اليوم إمكانية الاستفادة من "الطرق السريعة للمعلومات" التي تعرض بوساطة الصحافة المكتوبة لقرائها "نشرات

إليكترونية" على شبكة الإنترنت، هذا الجديد يشكل تقدماً كبيراً في تطور الصحافة الدولية لأن تقنيات "الوسائط المتعددة" تمكن الصحفي من إرفاق الرسومات والصور والبيانات المكملة للنص، كما تمكن القارئ من الحصول على أشكال متميزة لصحيفته بفضل إمكان اختيار موضوعات محددة بوساطة الكلمات المفتاحية، ويمكن للقارئ أيضاً أن يصل بحسب اهتماماته إلى مصادر معلومات تكمل قراءاته، أو يستطيع أن يتصل مباشرة بكاتب المقال فيطلعه على ردود فعله وتعليقاته، أو يتواصل مع قارئ آخر لتبادل الآراء [25].

وباختصار إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأنظمة الناشئة عنها، وفرت للصحافة الدولية مساعدات كبيرة في أداء وظائفها الدولية من جهة، وأوجدت لها وظائف جديدة من جهة أخرى، بالإضافة إلى زيادة كفاءة الصحافة الدولية في أداء هذه الوظائف من جهة أخيرة عن طريق:

- تسريع نقل الرسائل الصحفية، أكان على مستوى إنتاجها أم على مستوى إرسالها عبر الأقمار الصناعية أو عبر الجريدة الإلكترونية.

- زيادة التفاعل بين المرسل والمستقبل سواء عن طريق (التلتيكست Teletext)، و(الفيديو تيكس Video Text)، أم عن طريق (المؤتمرات عن بعد Tele-conferencing).

- اتساع دائرة الموضوعات المتضمنة في الرسالة الصحفية.

4- الصحافة العربية الدولية:

هل للعرب صحافة دولية ؟

قد يبدو السؤال غريباً للبعض، خاصة أن هناك العديد من الجرائد اليومية العربية التي تطلق على نفسها "جريدة العرب الدولية"، ويوجد ضعفها من المجلات العربية التي تزيل اسمها بلقب "مجلة العرب الدولية". وعموماً، يمكن أن نميز بين خمس مجموعات من الصحف العربية التي تدعي لنفسها صفة "الدولية"، وهي:

المجموعة الأولى: صحف "الجاليات العربية" في الخارج، وهي تصدر باللغة العربية وتوزع بصفة أساسية على أبناء الجالية العربية في البلد الذي تصدر فيه، وهذه الصحف تنتشر أساساً في أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية وأستراليا. ومن النادر أن تسعى هذه الصحف إلى التوزيع خارج حدود البلد الذي تصدر فيه، كما أن صدورها في بلدان بعيدة عن العالم العربي حال بينها وبين التفكير في التوزيع داخل الوطن العربي، لذلك فإن اهتمام هذه الصحف يكاد أن ينحصر في تغطية نشاطات أبناء الجالية العربية في البلد الذي تصدر فيه، بالإضافة إلى نشر أخبار متفرقة عن العالم العربي.

المجموعة الثانية: الصحف العربية المهاجرة، وهي تلك الصحف التي اضطرت إلى الهجرة من الوطن العربي أو تلك التي أصدرها صحفيون مهاجرون من الوطن العربي، وذلك بسبب افتقاد هذه الصحف وأولئك الصحفيين حرية التعبير داخل أقطارهم العربية، وأكثر هذه الصحف يصدر في لندن وباريس وبعض العواصم الأوروبية الأخرى.

ويدخل ضمن هذه المجموعة العديد من الصحف والمجلات اللبنانية مثل جريدة "الحياة"، ومجلات "الدستور" و"الحوادث" و"الوطن العربي" و"المستقبل" و"كل العرب" و"التضامن" و"الدولية".

وينضم لهذه المجموعة أيضاً جريدة "الشرق الجديد" التي أصدرها الصحفي السوري عبد الوهاب الفتال، ومجلة " 23 يوليو" للصحفي المصري محمود السعدني، كما تم إعادة إصدار مجلة "الدعوة" لسان حال الإخوان المسلمين بمصر في النمسا.

هذا بالإضافة إلى العديد من الصحف والمجلات الفلسطينية مثل جريدة "القدس" اليومية التي تصدر في لندن، ومجلة "اليوم السابع" التي تصدر في باريس.

ويلاحظ أن أغلب الصحف العربية المهاجرة، تصدر وعينها على الوطن العربي وقضايا ومشكلاته، لذلك فإن أغلب مادتها الصحفية تتناول شؤون العالم العربي، كما أن توزيعها يتم معظمه داخل الأقطار العربية، ويلاحظ أن توزيع هذه الصحف في العالم العربي، يرتبط بدرجة كبيرة بطبيعة علاقاتها بالأنظمة العربية، حيث يسمح بتوزيع هذه الصحف، أو يمنع توزيعها في بلد عربي معين، حسب المدى الذي تذهب إليه هذه الصحف في تأييد سياسات هذا البلد وتوجهاته أو معارضتها، وبسبب الخلافات بين الأنظمة العربية، أتيح للصحف العربية المهاجرة أن تلعب دوراً هاماً في السياسة العربية، حيث تحولت بعض هذه الصحف إلى أداة للدفاع عن سياسات بعض الأنظمة العربية، وسلاح إعلامي تستخدمه تلك الأنظمة في معاركها السياسية مع غيرها من الأنظمة العربية المخالفة لها.

وهكذا أصبحت الصحف العربية المهاجرة أسيرة للنظم نفسها التي هاجرت هرباً من سطوتها.

المجموعة الثالثة: وهي تضم ما يسمى "الطباعات الدولية" لعدد من الصحف العربية المحلية، مثال هذا "الأهرام الدولي" و "القبس الدولي" و "النهار الدولي"،

وهذه الطباعات الخاصة من الصحف العربية موجهة بالأساس إلى القراء العرب في خارج الوطن العربي وإن كان بعضها يوزع في بعض الأقطار العربية، بل إن توزيع البعض منها داخل الوطن العربي يفوق كثيراً ما يوزع منه خارج الوطن العربي.

ويغلب على المادة الصحفية التي تقدمها هذه الطباعات الخاصة من الصحف العربية، الاهتمام بالشؤون المحلية للبلد الذي تصدر فيه هذه الصحيفة، أو ما يسمى بأخبار الوطن الأم، ثم يلي ذلك الاهتمام بالشؤون العربية العامة، ثم الشؤون الدولية، وهكذا فإن الشؤون الدولية تحتل المكانة الأخيرة في اهتمامات تلك الصحف "الدولية".

المجموعة الرابعة: وهي تضم الصحف التي أصدرها صحفيون عرب، بتشجيع من حكوماتهم أو بعدم معارضة منها، في بعض العواصم الأوروبية، وذلك للاستفادة من الإمكانيات الصحفية المتطورة في الغرب، أو للتحايل على بعض القوانين الصحفية المحلية التي تمنع الملكية الفردية في الصحافة أو التي تحول دون إنشاء صحف جديدة، وبعض هذه الصحف سعت إلى إصدارها في خارج الوطن العربي أنظمة عربية ظناً منها أن مجرد صدورها في الخارج يعطيها طابع الحياد والموضوعية، ومن ثم يجعلها وسيلة إعلام غير مباشرة عن سياسات هذه الأنظمة ومواقفها.

ويندرج في هذا اللون من الصحف مجلة "الطلیعة العربية" ومجلة "المجالس العربية" ومجلة "الموقف العربي" وجريدة "الشرق الأوسط" ومجلتي "المجلة" و "سيدني" وجريدة "المسلمون".

المجموعة الخامسة: وهي تضم الصحف التي تصدر بلغات أجنبية في بعض الدول العربية، وتوزع بين الأجانب الذين يعيشون أو يعملون في هذه الدول بالإضافة إلى أعداد قليلة من المواطنين العرب الذين يجيدون اللغات الأجنبية التي تصدر بها تلك الصحف، ولا تخلو دولة عربية من صحيفة أو أكثر تصدر بلغة أجنبية، وهي ظاهرة تاريخية بدأت منذ العصر الاستعماري، حيث حرصت الدول الاستعمارية على إصدار صحف محلية في الدول التي تحتلها بلغة الدولة المستعمرة لخدمة جنود الاحتلال والجاليات الأجنبية، وأكبر دليل على هذا أن الصحافة نشأت في الوطن العربي أجنبية، وكانت أولى الصحف التي عرفها العالم العربي، صحيفتي: بريد مصر Le Courriere de L Egypte التي صدرت في القاهرة في 29 آب عام 1798 م، و"العشرية المصرية La Deca de Egyptienne والتي صدرت في تشرين أول عام 1798 م، وكان ذلك في أثناء الحملة الفرنسية على مصر (1798 - 1801 م).

ولنحاول الآن أن نطبق شروط الصحيفة الدولية ومواصفاتها على الصحف العربية التي تضمها المجموعات الصحفية الخمس السابقة، وقد سبق أن حددنا التعريف العلمي للصحيفة الدولية حيث يرتبط الطابع الدولي لصحيفة ما بانتشارها عبر الحدود والحواجز التي تفصل بين الدول أو الأمم، وقوة تأثيرها خارج الحدود الوطنية والقومية والنابعة من عمق المضمون وتنوعه، وإصدارها بلغة تسمح لها بالانتشار على النطاق العالمي أو إصدار طبعات منها بلغات متعددة.

وبتطبيق الشروط المبينة أعلاه على الصحف العربية التي تدعي لنفسها صفة الدولية، نواجه بالحقائق التالية:

أولاً: إن صحف الجاليات العربية في المهجر، ينحصر توزيعها داخل نطاق الدولة الأجنبية التي تصدر فيها، ولا يقرؤها سوى أبناء الجالية العربية، وغالباً فإن مادتها الصحفية مقصورة على تلبية اهتمامات أبناء الجالية بشؤونهم المحلية وبيع أنباء الوطن العربي أو الدولة الأم لأبناء الجالية، لذلك فإن هذه الصحف تفتقد كافة شروط الصحيفة الدولية.

ثانياً: إن الصحف التي تنتمي إلى المجموعات الثانية والثالثة والرابعة، فهي جميعها تصدر باللغة العربية، وانتشارها مقصور على القراء العرب، وتأثيرها مقتصر على قطر عربي بعينه، وقد يمتد هذا التأثير إلى أقطار عربية أخرى، ولكنها في كافة الحالات عديمة التأثير في القراء غير العرب في الدول الأجنبية التي توزع فيها لأنهم بالطبع لا يقرؤونها، إذاً لا تستطيع أية من هذه الصحف أن تدعي أن لها قراء يعتد بهم من أبناء الشعوب الأوروبية أو الأمريكية، أو بين الشعوب غير العربية في آسيا أو إفريقيا.

لذلك فهي تفتقد جميعها الشروط الواجب توافرها في الصحيفة الدولية.

ثالثاً: أما المجموعة الخامسة والأخيرة، فهي الصحف التي تصدر بلغات أجنبية في بعض الأقطار العربية، وهي أشبه بصحف المجموعة الأولى، (صحف الجاليات)، فتوزيعها مقتصر على أبناء الجاليات الأجنبية المقيمة أو الزائرة للبلد العربي الذي تصدر فيه، ورغم أن بعضها قد يصدر بلغات دولية مثل الإنكليزية أو الفرنسية إلا أن توزيعها غير دولي وكذلك تأثيرها، وبذلك فهي تفتقد لشروط الصحيفة الدولية.

ونخلص من ذلك إلى أن العالم العربي يفتقد الصحافة العربية الدولية التي تصدر في العالم العربي وتنتشر بين كافة شعوب العالم، وهو أمر يعود بالدرجة

الأولى إلى كون اللغة العربية ليست لغة دولية كاللغة الإنكليزية أو الفرنسية، وإن هذا يرجع إلى أسباب تاريخية وحضارية وسياسية، ورغم تزايد نفوذ اللغة العربية منذ الربع الأخير من القرن العشرين، واعتراف الكثير من المنظمات الدولية بها، إلا أنها مازالت في مجال وسائل الإعلام، لغة غير دولية، لا يقرأ بها سوى العرب وأقلية نادرة من المستشرقين أو الدارسين أو المهتمين بالشؤون العربية، وهي قلة لا تشكل بأي حال جمهوراً يعتد به في مجال الصحافة الدولية[26].

والسؤال الآن: إلى أي حد أثرت هذه المركزية والهيمنة للصحف الدولية في صحافتنا العربية، وفي أجهزة الإعلام العربية بعمومها؟.

من المؤكد أن مركزية الصحف الدولية أثرت سلباً في صحافتنا العربية في جوانب كثيرة لا تغيب عن أذهاننا، طالما كانت ولا تزال هي مصدرنا في كثير مما نقرؤه في صحفنا، وطالما تعتمد عليها هذه الصحف اعتماداً كبيراً في معلوماتها وأسلوب طرحها.

لكن المؤكد أكثر أنه بإمكاننا الاستفادة من خبرتها وتفوقها وتاريخها في تطوير صحافتنا وكذا بقية وسائل إعلامنا، وبإمكاننا تجنب التبعية لها إذا أمكننا تطوير صحفنا بشرياً وفنياً، وتوفير شروط نجاحها بما في ذلك إعطاؤها مساحة أكبر من الحرية والمسؤولية، وننجح أكثر إذا أحسنا استخدام اللغة التي تفهمها المجتمعات الغربية وجميع شعوب العالم عند تقديم أنفسنا لهم.

أحياناً نصف الصحف الدولية الموجودة حالياً على الساحة الإعلامية بأنها صحف بغیضة، وهناك من ينعتها على طروحها التي تتسم بالحق والكراهة لكل ما هو عربي.

وفي رأيي المتواضع، أن الأوان لأن نبتعد عن هذا النوع من التعامل مع صحافة تتميز بالتفوق مهنيًا في طروحاتها وإمكاناتها وتطورها المستمر، حتى وإن كانت تعمل ضد مصالحنا.

كما أن الأوان لأن نعيد النظر في واقع صحفنا العربية بالتعرف على وضعها الحقيقي، ومن ثم معالجة جوانب القصور فيها.

وأن نبتعد عن إلقاء المسؤولية على ما نحن فيه على الصحف الدولية المعادية، لأن هذا بطبيعة الحال ومن المؤكد لا يحل لنا مشكلة ولا يعيد حقاً لأصحابه.

نحن مطالبون اليوم أكثر من أي وقت مضى، وفي ظل التحديات السياسية والثقافية والحضارية التي تواجه أمتنا العربية، مطالبون بالبحث عن أفضل السبل للارتقاء بصحفنا العربية، ولإصدار صحف دولية فعالة قادرة على توصيل صوتنا إلى كل العالم، فلقد آن الأوان لأن نتحدث عن أنفسنا بأنفسنا، وأعتقد أن الطريق متاح الآن لإيجاد صحافة عربية دولية، أن تعمل الصحف العربية الكبرى والتي تتمتع بنفوذ واسع في الوطن العربي، على إصدار طبعات باللغة الإنكليزية أو الفرنسية، ولكن هذا في حد ذاته لا يكفي لأن تكتسب هذه الطبعات الإنكليزية أو الفرنسية صفة "الصحافة الدولية" إلا إذا نجحت هذه الصحف في تقديم خدمة صحفية قادرة على جذب القارئ غير العربي خارج حدود الوطن العربي، وأن تكن لهذه الصحف قدرة على التأثير تتخطى الحدود المحلية، عبر الآفاق الواسعة في المجتمع الدولي.

مصادر الفصل الخامس

- 1 - فارس إشتي. الإعلام العالمي: مؤسساته، طريقة عمله وقضاياها، بيروت: دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، 1996، ص 8 وما بعدها.
- 2 - فاروق أبو زيد. انهيار النظام الإعلامي الدولي، القاهرة: مطابع أخبار اليوم، 1991، ص ص 23-24.
- 3 - عطاء الله الرمحين. أضواء على الصحافة العربية والعالمية المعاصرة، دمشق: د 1ر علاء الدين، 2001، ص 93 وما بعدها.
- 4 - فاروق أبو زيد. مصدر سابق، ص 34.
- 5 - المصدر السابق نفسه، ص 35.
- 6 - عطاء الله الرمحين. مصدر سابق، ص 12.
- 7 - محمود خلف. اللغة الدبلوماسية، مجلة الدبلوماسي، ع 10، الرياض، كانون الأول 1988.
- 8 - أحمد فهمي. أهمية اللغة الفرنسية في مجال العمل الدبلوماسي، مجلة الدبلوماسي، ع 10، كانون الأول 1988.
- 9 - حسن عماد مكاوي. تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1993، ص 36.
- 10- Faster, Heill. Communication in History, New York, London: The Macmillan Compny, 1987, pp 37-42.
- 11 - فاروق أبو زيد. مصدر سابق، ص ص 39-40.
- 12 - عيسى عيسى العسافين. المعلومات وصناعة النشر، دمشق: دار الفكر، 2001، ص 197.
- 13 - فارس إشتي. مصدر سابق، ص 8.
- 14- www.abfw.org/indexarabic.asp/?fname=annualreport/2001/arabic/internation.htm.

- 15 - بارعة شقير وسمية شيخاني. تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دمشق: جامعة دمشق، 2005، ص46.
- 16 - المصدر السابق نفسه.
- 17 - فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص44.
- 18- Kathlene L. Endres and Shierhrn, Anna. New Technology and the Writer/ editor relationship: shifting electronic realities, communication quarterly 72 (summer 1995), pp.440-459.
- 19 - المصدر السابق نفسه.
- 20 - بارعة شقير. مصدر سابق.
- 21 - محمد فتحي عبد الهادي وآخرون. مراكز المعلومات الصحفية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1996، ص219.
- 22- Barden, Robert and Hacker, Micheal. Cpmmunication Technology. N.Y.: Delmer Publishers, INC., 1990, pp.333-335.
- 23 - بارعة شقير. مصدر سابق، ص54.
- 24- Bruce D. Itub. News Writing and Reporting for Today`s Media. N.Y. : McGraw – Hill, INC. 1994, pp. 206-212.
- 25- Mendelson, Edward. Internet Organisers, PC Magazine, Middle & Near East, June 1996, pp. 44-48.
- 26 - فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص125 وما بعدها.

الفصل السادس

العولمة في الإعلام *

المحتويات:

- تمهيد.

1- مفهوم العولمة.

2- نشوء ظاهرة العولمة.

3- أسباب العولمة.

4- مجالات العولمة.

1-4 العولمة السياسية.

2-4 العولمة الاقتصادية.

3-4 العولمة الثقافية.

4-4 العولمة الإعلامية.

1-4-4 تطور العولمة الإعلامية.

2-4-4 أدوات العولمة الإعلامية.

3-4-4 من يقود العولمة الإعلامية.

4-4-4 أهداف العولمة الإعلامية.

5-4-4 مستقبل العولمة الإعلامية.

* د. سميرة شيخاني

العولمة في الإعلام

تمهيد:

أصبحت العولمة ظاهرة تملأ الدنيا وتشغل الناس حيث شهد العالم منذ نهاية الأربعينيات من القرن الماضي تحولات سياسية واقتصادية واسعة النطاق تمثلت في قيام تكتلات وأحلاف سياسية وعسكرية و تكتلات اقتصادية كبيرة، وذلك نتيجة طبيعية للحربين العالميتين الأولى والثانية ثم قيام الحرب الباردة بين المعسكرين الرئيسيين الشرقي والغربي ثم سقوط الاتحاد السوفيتي وأعقب ذلك توحيد الألمانيتين 1989 م وذلك بعد تهديم حائط برلين الشهير، ثم جاءت أحداث الحادي عشر من أيلول 2001 م.

وقد حظي موضوع العولمة باهتمام غالبية المفكرين في كافة دول العالم على اختلاف مستويات تطورها وذلك في ضوء الانعكاسات الكبيرة لهذه الظاهرة على مختلف المتغيرات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية لهذه الدول. وتزايد الاهتمام بالعولمة في ضوء الدور المتنامي للعلاقات الدولية التي أعادت ترتيب الأولويات الإيديولوجية والاقتصادية والثقافية للدول . وقد تزايد الاهتمام في الوطن العربي وبخاصة في الآونة الأخيرة بظاهرة العولمة بعد أن أمضت مراكز الأبحاث العربية سنوات عديدة في دراسة هذه الظاهرة، فصدرت العديد من الدراسات والأبحاث، يدافع عنها البعض، وينتقدها البعض الآخر، فمنهم من يراها "تطوراً إيجابياً" حيث إنها تركز على تحرير قوى التنافس التي تساعد على توجيه الموارد البشرية والمادية إلى المواقع الأكثر إنتاجية، وإنها تبشر بعود مشرقة للجميع، وإن العالم قد تحول إلى "قرية كونية" صغيرة تزول فيها جميع الحواجز والحدود، بينما ينظر آخرون إلى العولمة باعتبارها "مصدراً للضغط والتهديد"، وتحكم الأقوياء برقاب الضعفاء.

1- مفهوم العولمة:

منذ بروز مفهوم العولمة أو الكونية في السنوات القليلة الماضية، والجدل مستمر حول تعريفها بل حول حقيقتها، فالبعض يراها دعوة زائفة، وآخرون يرونها حقيقة تقوم على سند. والعولمة هي الترجمة لكلمة "GLOBALIZATION" المشتقة من كلمة "GLOBE" أي الكرة و المقصود بالكرة هنا الكرة الأرضية.

ويتحدث علماء الاجتماع في مجال التحديث عن "GLOBAL CULTURE أي الثقافة العالمية و "GLOBALIZATION" اصطلاحاً باللغة اللاتينية تدل على مشروع لمركزة العالم في حضارة واحدة . فالعولمة لغة: مصدر اشتقاقى لفعل مستحدث عولم يعولم عولمة، فيقال إن الحياة تعولمت بعد أن تعولم الاقتصاد ، وإن السيولة المالية قد تعولمت وكذلك المواصلات والمعلومات. واصطلاحاً: اندماج أسواق العالم في حقول التجارة العالمية والاستثمارات المباشرة وانتقال الأموال والقوى والثقافات ضمن إطار من رأسمالية حرية الأسواق، وخضوع العالم لقوى السوق العالمية بما يؤدي إلى اختراق الحدود القومية، والانحسار الكبير في سيادة الدولة لصالح الشركات الرأسمالية الضخمة المتعددة الجنسيات.

وقد تعددت التعريفات لمفهوم العولمة، فمنهم من يراها بأنها :

- القوى التي لا يمكن السيطرة عليها للأسواق والشركات المتعددة الجنسيات التي ليس لها ولاء لأية دولة قومية .
- ومنهم من يقول " إنها حرية حركة السلع والخدمات والأيدي العاملة ورأس المال والمعلومات عبر الحدود الوطنية والإقليمية ".

- و يفرق آخرون بين العولمة والنظام الدولي " الذي هو تعاون بين دولة ودولة أو بين عدة دول " بينما " العولمة " هي تعاون بين جميع الدول والمؤسسات وغيرها .
 - تبادل شامل بين مختلف أطراف الكون يتحول العالم بموجبه إلى محطة تفاعلية للإنسانية بأكملها .
 - نموذج القرية الكونية التي تربط بين الناس والأماكن ملغية المسافات ومقدمة المعلومات بشكل شامل بلا قيود.
 - نظام عالمي جديد يقوم على العقل الإلكتروني والثورة المعلوماتية القائمة على المعلومات والإبداع التقني غيرا لمحدود دون أدنى اعتبار للحضارات والقيم والثقافات والحدود الجغرافية والسياسية للدول.
 - حقبة التحول الرأسمالي العميق للإنسانية جمعاء في ظل هيمنة دول المركز وبقيادتها وتحت سيطرتها، وفي ظل سيادة نظام عالمي للتبادل غير المتكافئ.
- والخلاصة أن الباحثين قد تعددت مناهجهم في تعريف العولمة. وفي كل الحالات لا يمكن تعريف العولمة بغير تحديد تجلياتها و أبعادها في مختلف الميادين [1].

2- نشوء ظاهرة العولمة:

العولمة في الأساس ظهرت كظاهرة اقتصادية، وهي تطور لما سبقها من أنظمة تجلى في دمج بعض قوانين الشيوعية والرأسمالية فظهر ما يسمى بـ "اقتصاد السوق الحر" ففي الثمانينيات ظهر مبدأ في أوروبا - وهو مبدأ تحرير التجارة - يقول إن "ما يفرزه السوق صالح وأما ما تتدخل فيه الدولة فهو طالح" وذلك للتهرب من سيطرة الحكومات على السوق، واستحسن الحكومات الغربية - وفي

مقدمتها أمريكا - هذا المبدأ لأنها تريد أن تخفف عن كاهلها عبء بعض المسؤوليات الاقتصادية، فقامت الحكومات بخصخصة مؤسسات القطاع العام وبيعه للقطاع الخاص، وشرعت القوانين التي تحمي مبدأ تحرير التجارة مثل قوانين "حرية تنقل رؤوس الأموال، إلغاء الحدود الجمركية، الخصخصة"، وأخذت تعقد الاتفاقيات فيما بينها على أساس مبدأ حرية التجارة مثل "اتفاقية توحيد التعرفة الجمركية (الجات)"، وأسست المنظمات لحماية حرية التجارة مثل "البنك الدولي، صندوق النقد الدولي، منظمة التجارة العالمية"، وعقدت المنتديات للتباحث في مبادئ حرية التجارة العالمية، وبما أن اقتصاد الدول الغربية مرتبط باقتصاد بقية دول العالم فقد جذبت الدول الغربية كثيراً من دول العالم للدخول في هذه الاتفاقيات والمنتديات وحثتها على سن القوانين التي تسهل حرية اقتصاد السوق، وبما أن دول العالم ترى في الدول الغربية المثل الاقتصادي الأعلى الذي تطمح في الوصول إلى مستواه فقد شرعت في عمل كل ما تظن أنه يوصلها إلى ذلك المستوى، وبذلك أصبح مبدأ حرية التجارة مبدأً عالمياً [2].

3- أسباب العولمة :

ويمكن تحديد أبرز الأسباب التي أسهمت في بروز ظاهرة العولمة بما يلي:

3-1 انتهاء الحرب الباردة و تفكك الاتحاد السوفيتي الذي كان يشارك الولايات المتحدة في زعامة العالم.

3-2 انهيار الأسوار الحديدية لكل تعتيم تحاول بعض الأنظمة في العالم القيام به.

3-3 وجود فائض من الإنتاج العالمي في الدول الصناعية والحاجة القصوى إلى تسويقه خارج حدود هذه الدول، وانحسار المد الاستعماري جعل تصدير السلع ينتقل إلى المستعمرات وكان لا بد لهذه الدول الكبرى من التفكير في

منهج إنتاج يفرض نفسه على العالم بشتى الوسائل ويروج سلعه وفائض إنتاجه فكانت العولمة.

3-4 تتقل رؤوس الأموال بحثاً عن الاستثمار والربح المضمون فتطلب ذلك بحثاً عن الأسواق العالمية حيث اليد العاملة الرخيصة في آسيا وإفريقيا ، وبهدف تتقل رأس المال تنقلاً حراً لا تحده حدود ولا قيود إدارية روتينية قاتلة، فالعالم عبارة عن قرية صغيرة انعدمت فيه المسافات وسقطت فيه القيود والحواجز.

3-5 التطورات التكنولوجية وثورة الاتصالات والإلكترونيات.

3-6 التوجهات الاقتصادية العالمية المنبثقة عن اتفاقية منظمة التجارة العالمية.

3-7 مؤسسات التمويل الدولية ورغبة الدول في تحويل ديونها ومساعداتها إلى استثمارات في الدول النامية.

3-8 أسباب اقتصادية وسياسية وثقافية واجتماعية أخرى [3].

4- مجالات العولمة :

تشمل العولمة مجالات متعددة من الحياة منها: السياسية و الاقتصادية والثقافية والإعلامية[4].

4-1 العولمة السياسية :

وأبرز مظهر للعولمة السياسية ما حدث من تغيير ملحوظ في قوة الدولة إذ بدأ دورها يتضاءل وصار الخضوع لرؤوس الأموال أمراً تقتضيه الحكمة السياسية، وتتساوى في ذلك جميع الدول، بل صار رأس المال يتحكم في الخيارات السياسية، ويقرر القرارات قبل أن تصل إلى الدولة، وأصبحت الشركات العملاقة المتعددة الجنسيات تحل تدريجياً محل الدولة، وقفزت فوق أسوارها بل أخذت هذه الأسوار تفقد قيمتها الفعلية ، كما برز سقوط الشمولية والسلطوية، والنزوع إلى

الديمقراطية والتعددية السياسية واحترام حقوق الإنسان، بالإضافة ل هذا ظهرت مشكلة ازدواجية المعايير في تطبيق قواعد حقوق الإنسان بسبب مشكلة هيمنة الدول الكبرى على مجلس الأمن والأمم المتحدة.

4-2 العولمة الاقتصادية :

برز مفهوم العولمة الاقتصادية حديثاً نتيجة التطور التكنولوجي وشهدت فترة التسعينيات من القرن العشرين نقطة تحول بارزة في النظام الاقتصادي العالمي والعلاقات الاقتصادية الدولية ، فبعد انهيار النظام الاشتراكي سادت النظرية الاقتصادية الغربية التي تعتمد على اقتصاد السوق والمنافسة، وتعظيم دور القطاع الخاص، وتقليص دور قطاع الاتصالات في العالم، واتساع نشاط التجارة بين الدول، فالعولمة الاقتصادية تمثل الانفتاح الاقتصادي، والمنافسة في الأسواق، وتوسيع الأسواق، والنمو المتسارع لتبادل السلع والخدمات، واستخدام التكنولوجيا وحركة رؤوس الأموال عبر الدور العام في النشاط الاقتصادي ، هذه التجليات الاقتصادية تظهر بوجه خاص من خلال عمل التكتلات الاقتصادية العالمية، وإنشاء منظمة التجارة العالمية ونشاط الشركات الدولية، والمؤسسات الدولية الاقتصادية كالبنك الدولي وغيره.

4-3 العولمة الثقافية :

ساهمت حقبة الاستعمار في الدول النامية والتفوق الاقتصادي والعلمي والمعرفي للدول الغربية ، وظهور الكمبيوتر والإنترنت وثورة الإعلام والاتصالات اللاسلكية في فرض اللغات الغربية وخصوصاً اللغة الإنكليزية كلغات ثانوية في بعض البلدان النامية، بل كلغات أولى في بلدان أخرى، ولا يخفى أن انتشار لغة في مجتمع ما يؤدي إلى انتشار ثقافتها وثقافة أهلها، وهذا ما أدى إلى ظهور ثقافة عالمية عابرة للقوميات والجنسيات تسعى لتدمير التقاليد والعادات الموروثة

في المجتمعات وتهتمش بقية الثقافات في العالم، حتى إن كانت هذه الثقافة تتعارض مع الثقافة المحلية، ولكن هذه الثقافة تعتمد على استيراد العلم والتكنولوجيا ولا تنتج وتتفاعل معه محلياً، وبما أن ما يحرك ثقافة العولمة هو الاقتصاد ويدفعها التقدم التكنولوجي فقد سيطرت الثقافة الاستهلاكية على العالم في ظل تدفق السلع والمنتجات، كما أن وجود أمريكا كنموذج أحادي أدى إلى "أمركة" العالم ثقافياً.

4-4 العولمة الإعلامية:

ليست العولمة عولمة المنتجات الاقتصادية الخام، وحركة تعتمد على الأرصدة المادية أو الطبيعية، بل هي واقعة تعتمد الرمز والرقم أدوات لعملها، إنها لا تراهن على استثمار رؤوس الأموال في مشاريع ذات نفع مادي عمومي، بل هي تعامل لا مادي محض، يعتمد المعارف أساساً له، وليست سعياً لاكتساب عقارات وأسواق "جغرافية" بل عمل يستند إلى المنتج الإعلامي والصورة والضوء لبسط هيمنته.

وإذا كانت العولمة مفهوماً اقتصادياً، فإننا لا يمكن أن نفصلها عن عنصرين مترابطين: الثورة التكنولوجية من جهة، والثورة الإعلامية من جهة أخرى، إنهما جناحاها اللذان يضمنان لها الفعالية والقوة.

من هنا تأتي أهمية الوعي بدور السلطة الإعلامية في التمهيد لتحقيق العولمة ذاتها أولاً، ولضمان فعاليتها ثانياً.

ونعني بـ "العولمة الإعلامية": إنشاء مؤسسات إعلامية دولية ضخمة لها قاعدة أساسية في بلد وتنطلق منه إلى كثير من البلدان، ولها أثر فاعل في الإعلام المحلي لتلك البلدان.

4-4-1 تطور العولمة الإعلامية:

بدأ التحول الضخم في اتجاه العولمة في مجال الإعلام بدءاً من الثمانينيات من القرن العشرين، وكانت البداية فروعاً لمؤسسات وموزعين لمنتجات إعلامية، ثم تطورت الأمور مع التوسع الاقتصادي والنمو السكاني والانفتاح السياسي والاقتصادي بين الدول.

استطاعت مجموعة من المؤسسات الإعلامية أن تفهم حاجات المجتمعات المختلفة للمواد الإعلامية مما ساعدها على تطوير أدوات إيصال لهذه المواد مستفيدة من التطور التقني في ميدان الاتصالات.

بدأت المؤسسات الإعلامية الأمريكية القوية في موطنها في تكوين شركات متعددة الجنسيات وشراء أنشطة ومؤسسات إعلامية في البلدان الخارجية المختلفة. واكب ذلك تحالفات استراتيجية مع الجهات المحلية القوية مستفيدة بدرجة كبيرة من النفوذ الأمريكي السياسي في العالم وتهاوي أدوات المنع أو الرقابة ووسائلهما في البلدان المختلفة.

وتطورت الأمور تجاه العولمة بسرعة بالتواكب مع العولمة الاقتصادية ، حيث يمكن إدراج الإعلام جزءاً من الأنشطة الاقتصادية.

ووصل عدد المؤسسات الإعلامية الدولية إلى (40) مؤسسة نصفها تقريباً أمريكية، ويتوقع الاستمرار نحو هذا الاتجاه وزيادة التكتلات والمجموعات الإعلامية الدولية وذلك في المدى القريب والمتوسط.

4-4-2 أدوات العولمة الإعلامية:

4-4-2-1 الشركات المتعددة الجنسية:

هناك ست مجموعات رئيسة كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية على مستوى العالم ولها حضور دولي كبير متفاوت من مؤسسة لأخرى، أربع منها

أمريكية، وواحدة أوروبية، وواحدة أسترالية أمريكية، وهذا عرض لأبرز أنشطة هذه المجموعات:

- تايم ورنر Time Warner :

أكبر مؤسسة إعلامية في العالم؛ إذ تفوق مبيعاتها 25 بليون دولار، ثلثها من أمريكا والباقي من العالم، ويتوقع ارتفاع دخلها من خارج أمريكا إلى 50%، وتملك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة ومنها:

* 24 مجلة (منها تايم).

* ثاني أكبر دار للنشر في أمريكا.

* شبكة تلفزيون ضخمة واستديوهات برامج وأفلام، ودور عرض للسينما (أكثر من 1000 شاشة)، وأكبر شبكة كيبل تلفزيوني مدفوع في العالم.

* شركات أفلام في أوروبا، والعديد من محلات البيع بالتجزئة.

* مكتبة ضخمة من الأفلام (6000 فلم) والبرامج التلفزيونية (25000 برنامج).

* بعض القنوات الدولية التلفزيونية مثل HBO، TNT، CNhN.

* مساهمات رئيسة في قنوات وشبكات تلفزيونية أو مرئية.

وللعلم، فإن عدد مشاهدي المحطة الإخبارية CNN يفوق 90 مليوناً في 200 دولة، ولدى HBO 1.2 مليون مشترك حول العالم.

- مجموعة برتلزمان Bertelsmann :

أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا وثالث أكبر مجموعة في العالم ، دخلها السنوي تجاوز 15 بليون دولار، وتتميز بأن لها تحالفات وتعاوناً مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان، ولها العديد من الأنشطة الإعلامية ومنها:

* قنوات تلفزيون في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا؛ إضافة إلى استوديوهات سينمائية متعددة.

* مجموعة من الإذاعات الأوروبية.

* 45 شركة نشر للكتب بلغات أوروبا المختلفة.

* أكثر من 100 مجلة في أوروبا وأمريكا.

- مجموعة فياكنم **Viacom**:

مجموعة إعلامية قوية في أمريكا؛ وربع دخلها السنوي (13 بليون دولار) من خارج أمريكا، ولها نشاط محموم للتوسع الدولي؛ حيث أنفقت بليون دولار في السنوات الأخيرة للتوسع في أوروبا، ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية ونشاطها متنوع ومنه:

* 13 محطة تلفزيون في أمريكا إضافة إلى شبكات بث فضائي دولي (شوتايم (4 نكلدون...).

* شركات إنتاج تلفزيوني وسينمائي وفيديوي وموسيقي.

* شركات نشر كتب.

- ديزني **Disney** :

أكبر متحد لمجموعة تايم ورنر في العولمة الإعلامية ، لها دخل يفوق 24 بليون دولار، ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعتبر أكبر منتج لمواد الأطفال في العالم، ولها حضور من أقصى الشرق (الصين) إلى أوروبا والشرق الأوسط حتى أمريكا اللاتينية، ولها أنشطة متنوعة منها:

* استوديوهات أفلام وفيديو وبرامج تلفزيونية، وشبكة ABC التلفزيونية الضخمة في أمريكا، ومحطات تلفزيون وراديو متعددة.

* قنوات تلفزيونية دولية متعددة بالأقمار الصناعية والكيل مثل ديزني Disney, Espn الرياضية.

* محلات تجارية باسم ديزني، ومراكز ألعاب وترفيه حول العالم.
* دور نشر للكتب.

* 7 صحف يومية، و3 شركات لإصدار المجلات.
وللمجموعة تحالفات ومشاركات مع مؤسسات إعلامية في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية وكذلك مع شركات بث واتصالات متعددة الجنسيات.

- نيوز كورپوريشن News Corporation :

خامس أكبر مجموعة إعلامية من حيث الدخل (10 بليون دولار) لكنها أكبر لاعب دولي في مجال الإعلام حول العالم ، أسس المجموعة روبرت مردوخ ويملك حالياً ثلثها، ولها وجود في جميع أنحاء العالم من خلال أنشطتها الإعلامية والتي منها:

* 132 صحيفة و25 مجلة في أستراليا وبريطانيا وأمريكا (تعتبر واحدة من أكبر ثلاث مجموعات صحفية حول العالم).

* شركة فوكس للإنتاج السينمائي والتلفزيوني، وشبكة فوكس للبث التلفزيوني؛ إضافة إلى 22 محطة تلفزيون.

* شبكة ستار للبث الفضائي حول العالم وشبكة سكاي (بريطانيا خصوصاً).

* دور نشر للكتب.

وللمجموعة تحالفات مع مجموعات إعلامية حول الإعلام، وقاعدتها (6) دول رئيسة تنطلق منها أنشطتها المتنوعة وبالأخص: أستراليا وبريطانيا وأمريكا.

تعتبر هذه المجموعة من أعقد المجموعات الإعلامية وأوسعها، ولها نفوذ قوي في الصين والهند (فضلاً عن أوروبا وأمريكا)، وأسلوبها الناجح هو الشراكة مع جهات نافذة محلية مع عدم مصادمة التوجهات السياسية المحلية لهذه البلدان. ومن أهم خصائص هذه المجموعة: أنها تبث بلغات البلدان المختلفة؛ فمجموعة (Fox) نفسها مثلاً تبث بالأسبانية في أمريكا اللاتينية وأسبانيا إضافة إلى الإنكليزية بوصفها لغة دولية وتتميز هذه المجموعة أيضاً بقدرتها على اختراق الدول النامية وتوطيد أقدامها فيها، كما أن لها مصادرها الخاصة بالأخبار والبرامج ممثلة في شركات تابعة أو شريكة إضافة إلى قنوات البث الخاصة بها.

- مجموعة TCT :

وهي مجموعة إعلامية متخصصة بالبث التلفزيوني عبر الكابل وكذلك عبر الأقمار الصناعية من خلال نظام الاشتراكات، ولها وجود قوي دولي في هذا الميدان؛ حيث تمتلك قمرين صناعيين للبث حول العالم (قيمتها 600 مليون دولار) والدخل السنوي للمجموعة يفوق 7 بليون دولار.

- مجموعات إعلامية أخرى:

هناك مجموعات إعلامية دولية أخرى على صنفين:

الأول: يمثل النشاط الإعلامي جزءاً من نشاط أوسع للشركة الأم.

والصنف الثاني: مجموعات إعلامية أصغر (من حيث الدخل؛ وإلا فإنها

إمبراطورية إعلامية لا يقل دخلها عن بليون دولار سنوياً)، وسنذكر هنا أبرزها وأكثرها وجوداً على الساحة الدولية:

- يونيفرسال: تملكها مجموعة سيغرام الدولية، ويمثل دخل المجموعة الإعلامية

(7 بليون دولار) نصف عائدات الشركة الأم. وأبرز أنشطتها: أعمال الإنتاج

السينمائي والتلفزيوني والموسيقي ونشر الكتب، ولها 27 مكتباً حول العالم، ولها

وجود قوي في أوروبا وشرق آسيا (سوف تتفق 200 مليون دولار في الصين حتى العام القادم).

- **بولي جرام:** تمتلكها شركة فيليبس المشهورة، وأعمالها الرئيسية: إنتاج سينمائي وموسيقي، ودخلها يجاوز 6 بليون دولار نصفها من مبيعاتها في أوروبا وربعها في أمريكا.

- **سوني للترفيه:** وهي جزء من سوني للإلكترونيات اليابانية الضخمة، وهي متخصصة في الإنتاج السينمائي والتلفزيوني والموسيقي والبث الفضائي، ولها دخل يجاوز 9 بليون دولار سنوياً، ولها شركات وتحالفات متعددة في أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية.

- **جنرال إلكتريك:** من أكبر الشركات في العالم خصوصاً في الكهربائيات، وتملك شبكة NBC للتلفزيون والراديو، ودخلها يجاوز 5 بليون دولار، ولها وجود دولي وتحالفات متعددة مع شركات برامج كمبيوتر (ميكروسوفت) حيث أنفقت 500 مليون دولار من أجل قناة دولية للأخبار عبر الإنترنت MSNBC.

- **مجموعة هولنجر (كندا):** ولها نشاط صحفي واسع؛ حيث تمتلك 60 صحيفة يومية.

- **التلفزيون المباشر (Direct TV) الأمريكي:** [المملوك لشركة هيوز Huges للإلكترونيات والتي تمثل بدورها فرعاً من جنرال موتورز] وهي شركة بث عبر الأقمار الصناعية (14 قمراً حول العالم) وتصل إلى 100 دولة. عموماً هناك العديد من المجموعات الإعلامية (أكثر من 20 مجموعة يفوق دخلها بليون دولار سنوياً في أمريكا ومثلها تقريباً في أوروبا) والطابع العام لها هو التحرك الأفقي ومحاولة كسب أوسع مساحة من الأرض إعلامياً؛ وإن كان الوجود الأمريكي هو الطاغى لهذا التحرك.

بقية العالم:

وبما أن بقية العالم (عدا اليابان) متخلف في كل شيء فإن العولمة الإعلامية جزء من هذا التخلف العام، لكن هناك 4 مؤسسات إعلامية في أمريكا اللاتينية من الحجم الثاني وهي ذات توجه دولي. وبالنسبة لآسيا والشرق الأوسط فلا توجد مؤسسات حتى من الحجم الثاني؛ على حين أن الأمر بالنسبة للمنطقة العربية أضعف بكثير. أما اليابان فإنها رغم قوتها الاقتصادية إلا أنها متخلفة إعلامياً عن الغرب، وفيما عدا شركة (سوني) لا يوجد مؤسسات إعلامية دولية يابانية رغم وجود العديد من المؤسسات الإعلامية في اليابان (227 شركة من أكبر 1000 شركة إعلامية في اليابان) إلا أنها تركز على السوق الياباني المحلي، إحداها NHK التي يفوق دخلها 6 بليون دولار سنوياً [5].

4-4-2 ثورة المعلومات والاتصال:

لقد تطورت كل من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مسارين منفصلين حتى فترة الستينيات من القرن العشرين، حيث شهدت بداية التواصل بينهما الذي تصاعد متجاوزاً الحدود التقليدية حتى أصبحت الشبكات الإلكترونية هي المالك الرئيسي لكافة أشكال التبادل الإعلامي على المستوى العالمي، وقد أسفر التزاوج بين كل من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التسعينيات من القرن الماضي إلى ظهور ما يعرف حالياً بالاتصال المتعدد الوسائط (Multi-Media) الذي يركز على تطور الحاسبات في جيلها الخامس.

وتستند الثورة التكنولوجية الاتصالية الراهنة إلى عدة ركائز رئيسية تشمل الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تضم التلغراف والهاتف والتلكس والطباعة عن

بعد والراديو والتليفزيون وأجهزة الاستشعار عن بعد والميكروويف والأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية والألياف البصرية وأشعة الليزر. وقد أسفر هذا التداخل عن ظهور الطريق السريع للاتصال والمعلومات والمقصود به وضع جميع التقنيات على صعيدي الاتصال والمعلومات من الهاتف والتليفزيون والكمبيوتر والأقمار الصناعية والأطباق اللاقطة والكابلات وموجات الميكروويف في منظومة واحدة تركز لخدمة الأفراد والمجتمعات [6]. هذا، وقد ترتب على تزاوج تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة نتائج نوجزها على النحو التالي [7]:

أولاً: توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً من خلال بث وقائع الحدث الإخباري على الهواء خلال فترة لا تتجاوز دقائق من وجود المندوبين من موقع الحدث سواء داخل الدولة أو خارجها، ولعل تغطية شبكة الـ CNN الأمريكية لأحداث مثل حرب الخليج وما تلا ذلك من أحداث خير دليل على هذا الاتساع. وفي كانون الثاني 1992 بدأ اتحاد البث الأوروبي الذي يضم 32 دولة أوروبية محطة جديدة لمواجهة الـ CNN هي شبكة الـ Euro News بست لغات وتشارك فيها 11 قناة دولية من عدة دول أوروبية، ومركزها الرئيسي مدينة ليون الفرنسية، تصل ميزانيتها المبدئية إلى 40 مليون دولار تشكل الإعلانات 25% منها.

وفي فرنسا تم تطوير محطة TV5 التي تبث إرسالها بالأقمار الصناعية لتكون نواة لشبكة إخبارية فرنسية عالمية.

وفي بريطانيا وسعت محطة Sky News التي يمتلكها روبرت مردوخ تغطيتها الإعلامية لتشمل أوروبا بأسرها، كما طورت الـ BBC شبكة عالمية جديدة أطلقت عليها الخدمة العالمية تعمل 24 ساعة ويصل إرسالها إلى جميع

قارات العالم عدا أستراليا وأمريكا الجنوبية كما بدأت في تقديم خدمة باللغة العربية.

ثانياً: توسيع عدد قنوات الأخبار وزيادة سعة كل قناة، حتى في البلدان التي تعاني من ضعف في الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية، وبذلك أصبحت وسائل الإعلام أمام كم هائل من الأخبار الأمر الذي يتيح لها حرية اختيار أوسع.

ثالثاً: تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية لوسائل الاتصال وتطويرها، من خلال ابتكار نظم لحفظ المعلومات واسترجاعها داخل البلد الواحد وخارجه على المستوى الدولي من خلال توظيف بنوك المعلومات وشبكتها، وكذلك ابتدعت أدوات ونظم لتسريع عملية الحصول على المعلومات وتوصيلها إلى مقر الصحيفة.

رابعاً: استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماماً ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية مثل (أنظمة النصوص المتلفزة) و(الجرائد والمجلات الإلكترونية) كالطبعة الإلكترونية من مجلتي (تايم ونيوزويك)، والمجلات الإلكترونية.

خامساً: إن وسائل الاتصال الجماهيرية قد أصبحت تنتم بالطابع الدولي أو العالمي Global حيث أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال، بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية أو "عبر الوطنية"، جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن، بما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه، الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام، وما يتعرض له صناعات القرار من ضغوط. فقد أضفى كل من انفجار المعلومات وثورة الاتصال بشكل عام طابعاً دولياً على جميع وسائل الإعلام الجماهيرية، بحيث أصبح من الصعوبة بمكان التفرقة

بين ما هو إعلام وطني وما هو إعلام دولي، فالإعلام الوطني الذي ينتجه مجتمع ما لمواطنيه، قد أصبح له بشكل من الأشكال - مقصود أو غير مقصود - بعد دولي، فالبرامج التي تبثها محطات التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي وكندا واليابان ودول غرب أوروبا التي أعدت من الأساس لجمهورها المحلي، أصبحت تشاهد عبر الأقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم، وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم تسع إليه أصلاً، ولكن تطور تكنولوجيا الاتصال جعل ذلك ممكناً، كذلك فإن برامج محطات الراديو الوطنية في معظم دول العالم، أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية، بفضل تطوير إمكانات الموجات المتوسطة والقصيرة، وبرامج هذه المحطات - بخلاف الإذاعات الموجهة- يستهدف في الأصل المستمع المحلي، ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعداً دولياً.

والظاهرة نفسها تتسحب أيضاً على الصحف سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية، فإن التقدم الكبير في وسائل المواصلات قد اختصر الكثير من الوقت والجهد والمال اللازم للتوزيع خارج الحدود الوطنية، وقد شجع هذا التطور العديد من الصحف المحلية، وخاصة التي تصدر باللغات الأكثر تداولاً في العالم، على الحضور في الأسواق العالمية، أما الصحف الدولية من الأصل، فقد زادت فعاليتها واتسع مجال انتشارها، ووصلت رسائلها ونسخها بالنسبة للجرائد -مثلاً- إلى أماكن لم تصل إليها من قبل بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال.

سادساً: إن هذه التكنولوجيا الاتصالية الراهنة قد أسهمت أيضاً إلى جانب دورها في تسهيل العملية الإنتاجية وتسريعها، في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية عالية.

فطباعة الأوفست قد جعلت المادة الصحفية التحريرية والإعلانية المطبوعة أكثر جودة وجاذبية، كما أن أنظمة الإنتاج التلفزيوني وكذلك نظم الإرسال والاستقبال قد جعلت الصورة أكثر وضوحاً ونقاءً.

وإذا كان التزاوج بين ثورة المعلومات والتطور النوعي الذي تحقق في مجال تكنولوجيا الاتصال قد تمخض عن العديد من الآثار الإيجابية التي تمثلت في زيادة الترابط الإعلامي بين مختلف أنحاء العالم بصورة لم تشهدها البشرية من قبل، فقد بشر ذلك بظهور أشكال جديدة من التواصل الإعلامي في مجال المشاركة السياسية والعمل الدبلوماسي بالإضافة إلى دخول قطاعات وشرائح جديدة من البشر في دائرة المشاركة المعرفية من خلال المتابعة الإعلامية لمختلف الأحداث العالمية والقرارات المصيرية وظهور ما يسمى بديمقراطية الإعلام المرئي والمسموع، ولكن في ظل التفاوت الهائل بين المتحكمين في العولمة أي في موارد العالم وثرواته وقراراته المصيرية في شمال العالم وبين سكان وأهالي حزام العوز الاقتصادي من أبناء الحضارات القديمة في جنوب العالم، في ظل هذه الأوضاع يظهر الوجه المعتم من التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال، والذي جعل الجوانب المبهرة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وآثارها الإيجابية حكرًا لشعوب الشمال الصناعية ودوله المتقدمة، حيث ساعد التقدم العلمي والتكنولوجي على تدعيم الهيمنة الاتصالية لدول الشمال، والتي تجسدت كأوضح ما تكون في سطوة التدفق الإخباري وتدفق المعلومات من نصف الكرة الشمالي الغني إلى دول الجنوب الفقيرة، هذا بالإضافة إلى طوفان الأفلام والبرامج والمسلسلات المستوردة والحملات الإعلامية ذات الطابع العالمي والتي تتحكم فيها مجموعة الشركات العالمية العملاقة.

ويمكن حصر الجوانب السلبية لانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال

فيما يلي:

أولاً: انهيار السيادة الإعلامية للدولة:

فنتيجة للثورة الراهنة في تكنولوجيا الاتصال، والطابع الدولي لوسائل الاتصال، وتطور الوظيفة الإخبارية وازدهارها بعد استعانتها بالتغطية الإعلامية التليفزيونية المعتمدة على الأقمار الصناعية، والمستفيدة من البث التليفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، واتساقاً مع مفهوم الحق في الاتصال، أصبح من الصعب حالياً إخفاء خبر محلي في دولة ما، فإذا قررت حكومة في العالم الثالث مثلاً، أن تخفي عن مواطنيها واقعة معينة لأغراض تتعلق بأمنها القومي أو لأغراض تتعلق بهيئة النظام السياسي، فإن تفاصيل هذه الواقعة ستصل حتماً إلى مواطنيها عبر وسائل أخرى، فقد تصل عبر صحف المعارضة، أو محطات الإذاعة الدولية التي تعتمد على الموجة القصيرة، أو محطات التليفزيون الدولية، التي أصبح من الصعب التشويش على إرسالها، لارتفاع التكلفة الآن واستحالة ذلك تكنولوجياً في المستقبل بعد إنتاج أجهزة الاستقبال التليفزيوني المزودة بهوائي استقبال إرسال الأقمار الصناعية داخلها [8].

ثانياً: زيادة الفجوة الاتصالية:

إن الآثار التي نجمت عن تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، قد خيبت الآمال التي عقدت عليها، وأسكتت الأصوات المتفائلة، إذ أدى التطور التكنولوجي إلى زيادة الفجوة بين الدول الصناعية من ناحية، والدول النامية من ناحية أخرى، حيث وجدت دول تتمتع بوفرة في الإنتاج الإعلامي، ودول أخرى تعاني من مجاعة في هذا الإنتاج [9]، ويؤدي ذلك إلى مزيد من الاختلال في التدفق الإعلامي وعدم وضع أية قيود على انتقال المعلومات من الدول الغربية

المتقدمة إلى الدول النامية في العالم الثالث، الأمر الذي يكرس في نظر البعض مبدأ التدفق الحر للمعلومات أو ما يصفه البعض بالغزو الإعلامي مع جوانب الغزو الأخرى الاقتصادية والسياسية والعسكرية والمكمل لها، ذلك المبدأ الذي كاد يعصف بمنظمة اليونسكو عام 1986 حين انسحبت الولايات المتحدة الأمريكية منها، لأن رأياً عاماً ضاعطاً تكون داخل المنظمة ووقف ضد مفهوم التدفق الحر للمعلومات، "وهو الركيزة الأولى في المنظومة الفكرية للدفاع عن الغزو الإعلامي"، فالتدفق الحر يعني عدم وضع أية قيود من طرف واحد هو الإمبريالي نحو طرف ثان هو العالم الثالث، وفي حالة الدول النامية يعني هذا المفهوم -من وجهة نظر إمبريالية- الخضوع للغزو الإعلامي دونما اكتراث بواقع هذا البلد أو ذاك، وهذه القومية أو تلك، ودون اهتمام بالحاجات الملموسة لشعوب العالم الثالث، وطبيعة مشكلاتها ومستوى تطورها [10].

ثالثاً: زيادة الهيمنة الاتصالية وفقاً لرؤية بويد باريت، تعني العملية التي يخضع بموجبها نظام أو نظم الاتصال من حيث الملكية والبناء والتوزيع والمضمون في دولة معينة أو مجموعة من الدول لنفوذ وضغط المصالح الاتصالية لدولة أو دول أخرى دون تأثير معاكس أو متوازن من الدول التي خضعت للهيمنة [11]. ويرى البعض أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تشكل أحد المظاهر الرئيسية للهيمنة الاتصالية على المستوى الدولي إلى جانب التدفق الإخباري الدولي، والبرامج والأفلام المستوردة، والإعلان الدولي [12].

وهذه الهيمنة الاتصالية تتم على أكثر من مستوى: الأول بعض المؤسسات الإعلامية والتكنولوجية ذات الإمكانات الاقتصادية والتكنولوجية التي تجعلها تتحكم في نسبة كبيرة من الإنتاج الثقافي والإعلامي وبالتالي حركة تدفق المعلومات في المجتمع، والثاني المستوى الدولي حين يتحقق المزيد من الهيمنة

الاتصالية للدول ذات الإمكانيات التكنولوجية الاتصالية الأقوى والأكثر انتشاراً على الدول الفقيرة اقتصادياً وإعلامياً [13].

فقد أدى اكتساب أنظمة الاتصال للطابع الدولي إلى جعل الباحثين المعاصرين يركزون اهتمامهم على أشكال التدفق التجاري للمنتجات الثقافية بين بلدان العالم المختلفة، ومنذ ما يقرب من عشرين عاماً لم تكف هذه التحليلات لإظهار مدى تأثير الصناعات الإعلامية الأمريكية، وكذلك -ولكن بصورة أقل- تأثير الصناعات الإعلامية البريطانية واليابانية على بقية العالم في السوق الدولية للسلع الثقافية.

وتبرهن حركة التدفق التجاري للمنتجات الثقافية بين بلدان العالم أيضاً على أن الدول ذات البنى الثقافية والإعلامية الأكثر فقراً ليست هي وحدها التي تستورد المنتجات الأمريكية بكثافة عالية، بل إن الدول الأوروبية القديمة التي كانت مهداً للحضارة الغربية ليست بمعزل عن حركة التأثير هذه بالصناعات الثقافية الأجنبية، ويشير جيوسبي شيري في هذا الصدد إلى أن محطات التلفزيون الإيطالية الخاصة قد اشترت في عام 1981 من الخارج وبخاصة من الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 87% من برامجها، ويعتقد البعض أن الغزو المستمر للتكنولوجيات الاتصالية الحديثة من التلفزيون السلكي والأقمار الصناعية وأجهزة الفيديو سيجعل التلفزيونات الأوروبية أكثر خضوعاً لضغط السوق الدولية الذي تسيطر عليه بوجه خاص المصالح الأمريكية [14].

ولقد أثبتت المفاوضات التي سبقت توقيع اتفاقية الجات أنه حتى الدول الأوروبية المتقدمة مثل فرنسا قد أصبحت هدفاً للهيمنة الاقتصادية والاتصالية للولايات المتحدة الأمريكية مثلها في ذلك مثل أية دولة من دول العالم الثالث، لذلك رفضت فرنسا رفع الحماية الجمركية عن الإنتاج الثقافي الأمريكي وأصرّت

على الاستمرار في سياساتها الهادفة إلى دعم السلع والصناعات الثقافية الفرنسية [15].

فنحن حالياً نعيش في عصر الثورة التكنولوجية، وتعدد القنوات، وتحول السيطرة على التليفزيون من الدولة إلى القطاع الخاص مما سيؤدي إلى تزايد الطابع التجاري للوسيلة وازدياد المنافسة لجذب الجمهور والأهم من كل هذا أن انتشار المضمون الأجنبي لا يخضع لأي ضوابط فهو بعيد عن سيطرة الدولة وإن كان ذلك يتم بالتنسيق معها.

ولا شك في أن المضمون الأجنبي الذي يصل إلى أغلب المشاهدين يؤثر على الاتجاهات والسلوك، وبازدياد الطابع التجاري لذلك المضمون يزداد التأثير الثقافي واحتمالات ازدياد نمط الحياة الاستهلاكي وطغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن المجتمعات التي تستقبل ذلك الإرسال.

ويرى بعض علماء الاجتماع أن هذه القنوات الدولية مجرد وسائل إخبارية فهي دليل على التطور تجاه عالم بلا حدود، فبتحول المؤسسات الوطنية إلى مشروعات متعددة الجنسية وتدفق التجارة بحرية، وتحول أوروبا إلى سوق يستخدم عملة واحدة، وزيادة التعاون الاقتصادي بين مناطق أخرى من العالم، وانتشار ثقافة "البوب"، والانتقال بالطائرات، والهجرة، وأيضاً التليفزيون، أصبح العالم أصغر سيكولوجياً، ويقول أولئك العلماء إن مفهوم القومية أصبح حالياً في تراجع، فكثير من الأمور المرتبطة بالسيادة الوطنية لم يكن أساسها فقط السلطة والأسلاك الشائكة، بل كانت تقوم أيضاً على السيطرة على المعلومات، وقد فقدت الدول حالياً السيطرة على الحدود المفروضة على المعلومات بسبب قنوات اتصال مثل "ستار" و "سي إن إن" [16].

رابعاً: التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال - خاصة في مجال الإرسال التلفزيوني - كان لها أثارها السلبية على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة.

فبسبب منافسة التلفزيون بقنواته العديدة المركزية والفضائية، المشفرة والمفتوحة التي أتاحتها أنظمة التلفزيون السلكي وأنظمة البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، فقدت الصحافة جزءاً كبيراً من الموارد الإعلانية التي كانت تعتمد عليها العديد من المؤسسات الصحفية العملاقة فضلاً عن دور الصحف الصغيرة التي بدأت في تصفية نشاطها وسارع البعض إلى الاندماج لمواجهة الأزمة المالية الناتجة عن تقلص المساحات الإعلانية بها. أما صناعة السينما فقد تأثرت هي الأخرى بأكثر من عامل أهمها التلفزيون إلى جانب عرض الأفلام السينمائية على أجهزة الفيديو كاسيت والأسطوانات المدمجة، مما أدى إلى تقلص عدد صالات العرض وانخفاض حاد في إنتاج وتوزيع الأفلام السينمائية [17].

خامساً: التحول من التجميع إلى التفيت لجماهور وسائل الاتصال : أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الأقمار الصناعية، والحاسبات الإلكترونية ووصلات الميكروويف، والألياف الضوئية عدداً كبيراً من خدمات الاتصال خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين مثل التلفزيون الكابلي التفاعلي، والتلفزيون منخفض القوة، والفيديو كاسيت، والفيديو ديسك، وأجهزة التسجيل الموسيقي المطورة، وخدمات الفيديو تكس، والتليتكست، والاتصال المباشر بقواعد البيانات والتليفونات المحمولة، والبريد الإلكتروني، والمؤتمرات عن بعد، وجميعها وسائل تخاطب الأفراد، وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية.

وقد نتج عن هذه التكنولوجيا الجديدة تضيق اهتمامات الأفراد، وتقسيم الجمهور الواحد العريض إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة، وتقليص الخبرات المشتركة بين أفراد المجتمع، مما انعكس سلباً على تماسك المجتمعات وحال دون تحقيق أهدافها المشتركة [18].

4-4-3 من يقود العولمة الإعلامية:

المتابع لوسائل الإعلام بكافة أنواعها والتلفاز والسينما والإنترنت على وجه الخصوص لا يخفى عليه الحضور الأمريكي الطاعي ، لدرجه أن أصواتاً عدة ارتفعت في أوروبا (فرنسا على وجه الخصوص) لمقاومة المد الإعلامي الأمريكي الغازي.

ففي دراسة تمت عام 1996 حول الإعلام في (41) دولة كانت النتائج ما

يلي:

- أكثر الأفلام مشاهدة أمريكية، و (9) أشرطة من كل (10) أشرطة فيديو أمريكية.
- (20000) مستهلك حول العالم في (19) دولة سئلوا عن الثقافة الإعلامية الأمريكية، أجاب ما يقارب النصف منهم بأنها جيدة جداً أو ممتازة.
- (90%) من الإعلام في إيطاليا يسيطر عليه الإعلام الأمريكي.
- (25%) من سوق الكتب (8 بليون دولار إجمالي دخل الكتب في العالم) تسيطر عليه (10) دور نشر وأكبرها بل أكثرها مملوكة لمؤسسات إعلامية دولية (تايم ورنر، بريكزمان، فياكم).

وبالإضافة إلى برامج التلفاز والسينما الأمريكية ذات الحضور الدولي ، هناك أنشطة إعلامية صحفية ذات طبيعة دولية ، فتجد صحيفة تصدر في أمريكا

مثلاً ولها العديد من الطبعات الدولية ذات المضمون نفسه أو بتغيير طفيف مثل مجلتي (نيوزويك) و (التايم) الأمريكيتين.

كذلك هناك مجلة (ريدز دايجست) الأمريكية التي لها (17) طبعة، كل طبعة بلغة مختلفة، وينسخ تعد بالملايين.

كذلك مجلة (ناشيونال جيوغرافيك) لها العديد من الطبعات بلغات مختلفة ، آخرها وأحدثها اليابانية وينسخ تفوق المليون شهرياً [19].

وقد كان للولايات المتحدة الأمريكية السبق في هذا المجال لسببين:

الأول: التطور التقني الكبير للمجتمع الأمريكي في كافة المجالات، وخاصة في وسائل الاتصال ونقل المعلومات.

الثاني: الاقتصاد الأمريكي المتفوق من حيث القوة والقدرة على المنافسة مع اقتصاديات العالم الشرقي والغربي على حدٍ سواء [20].

4-4-4 أهداف الإعلام العولمي:

من المعلوم أن الريح غرض رئيسي للرأسمالية الغربية، وأي نشاط اقتصادي

يكون وسيلة لزيادة الدخل وللريح فإنه مُحَبَّب ومرغوب.. هذا هو منطلق العولمة الإعلامية: ربح وريح.

لكن لا ننسى أن القائمين على المؤسسات الإعلامية الدولية والعاملين فيها لهم خلفيات وعقائد ومبادئ ينقلونها إلى العالم من خلال أنشطة تلك المؤسسات، فلا يُستغرب أن نرى مضامين هذه العولمة الإعلامية متوافقة تماماً مع ما درج عليه أصحابها.

ليس هناك مجتمع محدد مستهدف بالعولمة ولا قطاع معين أو دولة محددة،

لكن أينما وجدت التسهيلات الفنية والإمكانات المالية فيجدهم هناك، لذلك نجد

توجهاً قوياً للمجموعات الإعلامية الدولية تجاه المراهقين والأطفال ، نظراً للوقت الطويل الذي يقضونه أمام شاشات التلفاز والإنترنت والكمبيوتر .
والمجتمعات العربية مستهدفة بهذه العولمة ضمن هذا الميدان ، لاخترق ثقافتها وتقاليدها، فضلاً عن مبادئها، وقيمها [21].

وبالتالي، يمكننا تحديد أهداف الإعلام العولمي على النحو الآتي:

4-4-1 سيطرة الثقافة التجارية الاستهلاكية ، وبالتالي تهيئة المشاهدين

لنلقي نمط الحياة الرأسمالية وتقليده، فيلاحظ أن وسائل الإعلام تضطلع بدور كبير بالاشتراك مع الآلة العسكرية، للسيطرة على ثقافات شعوب العالم الثالث، من خلال التوزيع العالمي للثقافة الجماهيرية، وتعمل الشركات عابرة القوميات للسيطرة على الثقافة العالمية من خلال توزيع منتجات برامج التلفزيون والصحف والمجلات والإعلانات بما تحمله من مفاهيم تعزيزية للأنماط الاستهلاكية السائدة في الدول الصناعية، ويترتب على هذا أخطار عديدة، أهمها خضوع البرامج ومحتواها لاعتبارات تحقيق أقصى قدر من الربح ونصيب السوق، وإذا أصبحت الكلمة العليا للمعيار التجاري البحث، وهو سيطرة السوق، كانت النتيجة تدني مستوى جودة الإعلام، وضحالة الأخبار، وهو ما يهدد الثقافة، بل إن الصبغة التجارية التي يتصف بها الإعلام الغربي ولا سيما الأمريكي من شأنه عرقلة الخطط الوطنية لدول العالم الثالث من أجل إحداث تنمية اقتصادية واجتماعية، فبلدان العالم الثالث التي لا يشكل فيها الإعلان التجاري جزءاً كبيراً من خارطة البرامج التلفزيونية، تخشى أن يؤدي تأثير البرامج الوافدة إليها إلى إبطاء المشاهدين بوابل من الإعلانات التجارية، التي تولد الرغبة في سلع تلك البلاد الغربية ومن ثم تولد منافسة غير عادلة للصناعات المحلية، بالإضافة إلى أن بعض المجتمعات تتخوف من أن تحدث البرامج التجارية لدى مواطنيها عطشاً

للسلع الاستهلاكية وتظهر المجتمعات الاستهلاكية بصورة جميلة، وبالتالي تظهر هي بصورة العاجز عن إشباع حاجاتهم وأحلامهم [22].

4-4-4-2 يلعب الإعلام العولمي دوراً حاسماً في تعميق حالة التبعية التي تعيشها دول العالم الثالث، فالتوغل الزائد لرأس المال الدولي في شكل الشركات متعددة الجنسيات التي تمثل التطبيق العملي لظاهرة التخطي التجاري للحدود القومية، المتزاوجة مع نمو الصناعات الاتصالية والمعلوماتية والثقافية والتي تكون مستوردة أو مسيطراً عليها من الخارج وتجسد على الجانب الآخر ظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية، وهذا يعني وببساطة شديدة تعميق الاعتمادية على الغير أو المزيد من التبعية التي تأسست في عهود الاستعمار.

فالشركات متعددة الجنسيات أثناء توسعها على المستوى الدولي بحاجة إلى فرض نماذج اقتصادية واجتماعية تشجع على قبول معايير وقيم ثقافية ملائمة لإحداث هذا التوسع، حيث يشير أرجوميدو إلى أن الأخبار المتعلقة بالشؤون الداخلية والدولية بالإضافة إلى الأفلام وأشرطة التسجيل والمجلات ومطبوعات المدارس وبرامج التلفزيون وغيرها، تروج لأنماط من الحياة تساعد على عملية تحويل ونقل المعايير والقيم المحلية أو الإقليمية لتصبح ذات صفة عالمية، هذه العملية يرافقها انتشار وتركيز للمؤسسات الاقتصادية والمالية المهيمنة داخل النظم التابعة [23].

وتلك التبعية الإعلامية والاقتصادية أو الاعتماد المستمر على العالم الغربي، حتى إذا كان قد أتى في شكل أو قناع جديد، أو جاء بتعبير مختلف فإنه في النهاية سوف يؤدي إلى إمكانية ظهور بعض الأشكال الإعلامية "المقيدة" والتابعة، لأن دول العالم الثالث لا تزال مستوردة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال المتقدمة، أو للسلع الثقافية، وبالتالي لا قوة حقيقية لها لمقاومة مد الإعلام

العولمي، ولا قدرة لها على تأسيس مقياس حقيقي للسيطرة (التحكم) على عملية الإنتاج الثقافي الخاصة بها، التي تشمل وسائل الاتصال الجماهيرية[24].

4-4-4-3 يعمل الإعلام العولمي على تعميق أوجه الخلل في النظام الإعلامي العالمي الراهن، والذي يتجسد في أعلى صورته بالانسياب غير المتوازن للمعلومات، وهيمنة قطب واحد على النظام الإعلامي الدولي، أو الاتجاه الرأسي الأحادي الجانب للإعلام من الشمال إلى الجنوب، ومن المراكز إلى الأطراف، ومن الحكومات إلى الأفراد، ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافات التابعة، ومن الدول الغنية تكنولوجياً في الشمال إلى الدول الأفقر في الجنوب[25].

4-4-4-4 ومن أخطر الوظائف التي يقوم بها الإعلام العولمي تهديد الهوية الثقافية لشعوب العالم الثالث ومنها الشعوب العربية، فما نستورده من الغرب ليس مجرد منتجات أو آلات، بل سلوك وقيم ومعايير، وبقدر احتياجنا لتلك المنتجات، فإننا نستورد معها الأفكار والفلسفات، وقد لا يتم ذلك برغبتنا، ولكنه واقع الانفتاح والتطور.

ومن البديهي أن الثقافة المصدرة لن تكون محايدة ولن تتصف بالعالمية، بقدر ما هي تصدير لثقافة الأقوى.

ويعترف "شيلر" بسعي الحضارة الغربية إلى تحقيق الاستعمار الثقافي، عن طريق السيطرة الكاملة على أفكار الشعوب ومثلها ومشاعرها، وإشاعة روح الانهزامية واليأس واللامبالاة والتفسخ الاجتماعي والخلقي بينها، وتقديس ثقافة الاستهلاك وتسطيح الوعي، وتزييف الحقائق التاريخية والواقعية، وإشاعة اللاعقلانية في الفكر والممارسة [26].

ويعمل الإعلام العولمي في هذا المجال على "تغريب العالم"، وحركة التغريب هذه قوة مرعبة لأنها تلغي الاختلافات بين الأنواع، وتحت هراسة التغريب

يبدو أن كل شيء قد تم تدميره وتسويته وسحقه بالكامل في كل مكان وفي الوقت ذاته [27].

ويفسر "توفلر" هذه العملية -تذويب العالم في أتون ثقافي أمريكي واحد- بقوله "فبدلاً من إعطائنا خيارات من الهويات المتماسكة لنختار منها ما يلائم، طلب منا ضم بعضها إلى البعض لتكوين الكل الكامل: الأنا الصورية أو العولمة التردد MODULATER، وهذا وضع صعب يفسر بحث ملايين الناس عن هوية" [28].

ويسعى الإعلام العولمي من خلال وسائل الاتصال الحديثة وخاصة البث المباشر بالأقمار الصناعية إلى محاولة "أمركة العالم Ameicanisation" الذي يعني الامتثال لطريقة الحياة الأمريكية American Way of Life [29]، وفي هذا المشروع تقوم الولايات المتحدة الأمريكية، بتنظيم الذاكرة الجماعية لشعوب الأرض، تغيير من ثقافتها وقيمها بفرض رموزها على الآخرين، وبالتالي تمثل أكبر غازٍ ثقافي عرفه التاريخ، لأنها صاحبة حضارة الثقافة السمعية البصرية والمعلوماتية التي أوشكت على دحر الثقافة المطبوعة، ويفسر هذا بأن التكنولوجيا كانت البديل الذي جرى تأكيده وتشجيعه لضمان مواصلة تأثير أمريكا وسيطرتها على الشؤون الدولية الثقافية والاقتصادية، ويلوح في الأفق أن التصميم الحالي للسياسة الثقافية الأمريكية يعجل بتنفيذ وتشغيل تكنولوجيا الاتصالات المتقدمة المتمثلة بشبكات الحاسبات الإلكترونية ونظم البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، التي تعمل جميعاً خارج حدود مجتمعاتها [30].

4-4-4-5 يتوجه الإعلام العولمي بشكلٍ أساسي إلى الفئات المتعلمة والمتقنة من شعوب العالم الثالث والعالم العربي على وجه الخصوص، فالمتعلمون على وجه العموم أكثر قدرة على فهم مسؤولياتهم الوطنية وأكثر كفاءة لإدارة شؤون

أنفسهم والآخرين، وأوسع مجالاً لإدراك غاية الآخرين وأهدافهم المبيتة بين السطور، وأحسن أداء في الدفاع عن وطنهم ومكتسباتهم، وهذه معطيات أدخلتها الأطراف المقابلة في حساباتها منذ أول تعامل لهم مع المنطقة العربية، وما زالوا على هذا النهج سائرين، وبذلك سيستمرون بالتركيز على أمور تبعدهم - المتعلمين - جهد الإمكان عن اهتماماتهم الوطنية وفق برامج تزيد من احتمالات الجهل بالقضايا الأساسية المهمة، ومحاولة إلهائهم جهد الامكان بأخرى بعيدة نسبياً، كذلك ستحاول وفق برامج أخرى زرع بعض الأفكار والاهتمامات الغربية كبديل للعربية، بالإضافة إلى التشجيع على هجرة العقول من المنطقة [31].

4-4-4-6 وأخيراً يتخوف بعض الإعلاميين العرب من تأثير الإعلام العولمي على فئتي الشباب والأطفال بشكل خاص والذين يشكلون أكثر من نصف تعداد الشعوب العربية، عن طريق التعرض لهذا السيل من الثقافات الأجنبية، وخاصة أن هذه البرامج والأفلام أنتجت في إطار بيئي مختلف عن البيئة العربية، مما يؤثر على ولاء الشاب والطفل لثقافات أجنبية على حساب الثقافة القومية، وبالتالي تقبل الغزو الفكري السلبي بعيداً عن الإحساس بالمواطنة ومسؤولياتها الجسام، والانحراف عن القيم والأعراف والضوابط الاجتماعية السائدة في المجتمعات العربية [32].

4-4-5 مستقبل العولمة الإعلامية:

تعتبر أمريكا أكبر دولة في العالم اقتصادياً وسياسياً، ففي جانب الاتصالات هي الأولى وكذلك في جانب الكمبيوتر ، أما في الإعلام فلا يوجد لها منافس حقيقي في الساحة ، هذه الحقيقة تعطي تصوراً واضحاً للمستقبل الإعلامي العالمي، بقيادة أمريكا له ظاهرة.

وتداخل الإعلام مع التقنية في الكمبيوتر والاتصالات تجعل القدرة الأمريكية في استمرار الهيمنة الإعلامية مؤكدة، خصوصاً إذا انتبهنا إلى الأسلوب المستخدم في الإعلام (المرئي على وجه الخصوص) والذي يعتمد على الإيحاء والخيال الواسع والصورة والحركة لإيصال الرسالة الإعلامية بعيداً عن الكلام الكثير والحشو المطول.

ومما هو مشاهد أن التوسع الإعلامي (الأمريكي على وجه الخصوص) أفقي وعمودي؛ وقد استفاد من التحالفات المحلية (في المناطق القوية) والسيطرة والاحتكار (في البلدان الضعيفة).

كذلك فإن النظرة للعولمة من جهة الشركات الإعلامية الغربية والأمريكية على وجه الخصوص يزداد مع الأيام، والقناعة به بدأت تسري حتى في المؤسسات المتوسطة والصغيرة فضلاً عن الكبيرة.

هذا الأمر (العولمة الإعلامية) سيتجذر مع مرور الأيام، وسيصبح جزءاً مفهوماً من الواقع العالمي.

وبالطبع سيتأثر هذا الأمر بمدى المقاومة السياسية للبلدان المستهدفة

وبمدى قدرتها على المقاومة أصلاً أو حتى برغبتها في ذلك أو عدم الرغبة.

كذلك سوف تتعرض البلدان المتخلفة لضغوط سياسية واقتصادية للقبول

بهذا الواقع الإعلامي الجديد من باب: حرية الناس، وحقوق الإنسان، والإعلام الحر، وتبادل الثقافات، وحوار الحضارات.

ولا ننسى أيضاً أن الشركات الإعلامية تتحرك بمساعدة حكومية من بلدانها

الأم وهي تنظر إلى الناس (في كل مكان) على أنهم مستهلكون لسلع هم

ينتجونها، ولا ينظرون إليهم بصفتهم مواطنين في بلدانهم لهم ثقافتهم الخاصة وعقائدهم المتميزة.

مصادر الفصل السادس

- 1 - سمير أمين. موقع الوطن العربي في النظام العالمي، مجلة المستقبل العربي، ع201، 1995.
- 2 - صادق جلال العظم. "ما هي العولمة"، ورقة بحثية، تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1996.
- 3- [www.fez.gov.ae/twjeeh/geography/reash/owlam % 20. html](http://www.fez.gov.ae/twjeeh/geography/reash/owlam%20.htm)
- 4 - عبد الجليل الكاظمي. جدلية العولمة بين الاختيار والرفض، مجلة المستقبل العربي، ع275، بيروت، كانون الثاني، 2002، ص58.
- برهان غليون وسمير أمين. ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، دمشق: دار الفكر، 1999، ص ص16-17.
- www.albayan-magazine.com/files/global/index.htm
- يحيى اليحياوي. العولمة ورهانات الإعلام، سلسلة الشراع الشهرية، طنجة: الدار البيضاء، ع133، أيار 1998، ص10 وص38.
- 5- [www.fez.gov.ae/twjeeh/geography/reash/owlam % 20. html](http://www.fez.gov.ae/twjeeh/geography/reash/owlam%20.htm)
- 6 - محمود علم الدين. تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر "عدد خاص عن الإعلام المعاصر"، الكويت، مج23، 1994، ص ص115-118.
- 7 - بارعة شقير وسميرة شيخاني. تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دمشق: جامعة دمشق، 2005، ص ص315-319.
- 8 - محمود علم الدين. ثورة المعلومات ووسائل الاتصال "التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال": دراسة وصفية، مجلة السياسة الدولية، كانون الثاني، ص113.

- 9 - فاروق أبو زيد. انهيار النظام الإعلامي الدولي، القاهرة: أخبار اليوم، 1991، ص24.
- 10 موسى السيد. موقع الإعلام في النموذج الشامل للغزو الإمبريالي، الرباط، مجلة الواحة، س5، ع54، آذار 1989، ص41.
- 11 المصدر السابق نفسه، ص ص137-150.
- 12 محسن خضر. الهيمنة الاتصالية الفضائية وتحدياتها الثقافية، القاهرة، مجلة الدراسات الإعلامية، ع 177، تشرين الأول ونشرين الثاني 1993، ص ص179-180.
- 13 سريج برو وفيليب بروتون. ثورة الاتصال، ترجمة هالة عبد الرؤف مراد، تقديم خليل صابات، القاهرة: دار المستقبل العربي 1993، ص ص179-180.
- 14 محمود علم الدين. ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، مصدر سابق، ص113.
- 15 جيهان رشتي. تكنولوجيا الاتصال والاتجاهات الحديثة في التلفزيون، مجلة تليفزيون الخليج، س12، ع1 و ع2، 1993، ص54.
- 16- Josiane Jouel & Sylvie. New Communication Research Trends, reports and papers on mass communication, No.105, UNESCO, Paris, p. 28.
- 17 بارعة شقير. مصدر سابق، ص ص312-313.
- 18 المصدر السابق نفسه، ص ص323-333.
- 19- [www.fez.gov.ae/twjeeh/geography/reash/owlam % 20. htm](http://www.fez.gov.ae/twjeeh/geography/reash/owlam%20.htm)
- 20- www.albayan-magazine.com/files/global/index.htm
- 21 المصدر السابق نفسه.
- 22 محسن خضر.

- حق المواطن العربي في الاتصال، مجلة الفكر العربي، بيروت، معهد الإنماء العربي، خريف 1993.
- الهيمنة الاتصالية. مصدر سابق.
- 23 محمد نجيب الصرايرة. الهيمنة الاتصالية: المفهوم والمظاهر، الكويت، مجلة العلوم الاجتماعية، مج18، ع2، صيف 1990، ص131.
- 24- Geoffrey Reeves. Communications And The Third World, London: Routledge 1993, p 1.
- 25 فاروق أبو زيد. مصدر سابق، ص ص202-208.
- 26- www.kalema.net/2rticles/39-1.htm.
- 27 إبراهيم سعد الدين. النظام الدولي وآليات التبعية، مجلة المستقبل العربي، ع90، آب 1986.
- 28 هيربرت شيلر. الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح، سلسلة الألف كتاب الثاني، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب 1993، ص67.
- 29 ستيرج لا توش. تغريب العالم، ترجمة خليل كلفت، القاهرة، دار العالم الثالث، 1992.
- 30 ألفين توفلر. تحول السلطة بين العنف والثروة والمعرفة، ترجمة د. فتحي بن شتوان ونبيل عثمان، مصراته: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، 1992، ص429.
- 31- www.annabaa.org/nbass/harbnafsia.htm
- 32 محمد عابد الجابري. الاختراق الثقافي: وسائله وفلسفته، صحيفة الشرق الأوسط، لندن في 1994/2/22.

الفصل السابع

البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية * (دراسة في أنموذج البث الفضائي العربي)

المحتويات:

- تمهيد.

1- أقطار الاتصال وعولمة الإعلام.

2- الهيمنة الاتصالية الفضائية وتحدياتها السياسية والثقافية والتربوية في المجتمع العربي المعاصر.

2-1 الهيمنة الاتصالية.

3- البث الفضائي العربي: استراتيجية التحدي.

3-1 المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (منظمة عرسات).

3-2 سمات المحطات الفضائية العربية.

3-3 مهام الفضائيات العربية.

3-4 إيجابيات الفضائيات العربية وسلبياتها.

3-4-1 سلبيات الفضائيات العربية.

3-4-2 إيجابيات الفضائيات العربية.

3-5 استراتيجية التحدي.

* د. سميرة شيخاني

البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية (دراسة في أنموذج البث الفضائي العربي)

تمهيد:

يثير استقبال البث الفضائي الأجنبي اهتمام الباحثين الإعلاميين والخبراء والمشرفين على قنوات التلفزيون، ولا سيما خلال العقد الأخير من القرن العشرين وبدايات هذا القرن حيث تضاعف عدد القنوات الأجنبية الوافدة بشكلٍ سريع وامتدت إلى مسافات تجاوزت الحدود، حتى وصل بثها اليومي إلى أربع وعشرين ساعة، تقدم خلالها نماذج مختلفة من البرامج، ما بين الترفيه والتثقيف والإعلام والدعاية.

فأصبح البث الفضائي المباشر من خلال أقمار الاتصال يطرق أبوابنا بلا استئذان، وصار من السهل استقبال مضامين البث بواسطة أجهزتنا التلفزيونية، وبهذا وصلنا إلى تغطية لم يعد باستطاعة أحد معها أن يخفي عنا المعلومات، وأصبحنا أسرى للإعلام الموجه من قبل دول كبرى وصهيونية عالمية. ومع أن القنوات الوافدة تشكل لقاء الجمهور العربي بالفكر الغربي والحضارة والثقافة الغربيتين، إلا أن هذا اللقاء لا يشكل حواراً بين طرفين، إذ يتحدث طرف واحد فقط، بينما المشاهد العربي مجرد مستقبل.

من هنا تنبع المخاوف من أن تستغل الدول الغربية هذا البث الفضائي المباشر الوافد إلى الوطن العربي في عملية التدفق الإعلامي الدولي، للترويج من خلاله لمظاهر العولمة، وذلك انطلاقاً من مفهوم أن حق من يصنع تقنيات الاتصال ويملكها التحكم في صناعة المادة الإعلامية، والسيطرة على عملية

التبادل الإعلامي الدولي دون منازع، أما غيره فهو مستهلك ومستهدف من قبل تقنيات الاتصال والمواد الإعلامية.

وبناءً على هذه المخاوف جاءت القنوات الفضائية العربية لتشكل وسيطاً اتصالياً جماهيرياً عالمياً، يندرج في صلب مواجهة تحديات العصر وعولمة الإعلام، التي تدفع إلى ذوبان الذات والإخفاق في السيطرة على مقومات التنمية الحضارية والفاعلية في العالم.

1- أقمار الاتصال وعولمة الإعلام:

في البداية لا بد من الإشارة إلى أنه لا يمكن من خلال تناول هذا الموضوع حصر جميع المجالات التي تستخدم فيها الأقمار الصناعية، ولكن سوف يتم التركيز على دور أقمار الاتصال في عولمة الإعلام وانتشار قنوات البث التلفزيوني الفضائي، إذ حققت تطوراً تقنياً في هذا المجال، من حيث نقل المعلومات وتبادلها، وكان ابتكار أقمار الاتصال هو الإجابة التي قدمتها التكنولوجيا للطلبات المتزايدة في مجال الإعلام، وحققت للأمم حاجاتها في مجال الخدمة الاتصالية، وعندما أطلقت أقمار الاتصال إلى الفضاء، عدها بعض الكتاب ثورة في مجال الإعلام [1].

والتطور السريع والكبير في تقنيات الأقمار الصناعية واستخداماتها بدأ منذ بدأت أبحاث الفضاء واكتشافاته، وأدى إلى استخدامات واسعة ومختلفة للأقمار الصناعية في الأغراض العسكرية والمدنية على السواء، ربطت أجزاء كبيرة من الكرة الأرضية بشبكة الاتصال بعيدة المدى، وأصبحت أقمار الاتصال من العناصر المهمة الفعالة في مجال الإعلام، وتستخدم في أغراض متعددة مثل: شبكات المعلومات، ونقل البرامج التلفزيونية، والفاكس، والهوائيات المنزلية الخاصة باستقبال البث الفضائي المباشر [2].

تختلف الأقمار الصناعية باختلاف استخداماتها، وأهمها التي تستخدم لأغراض الاتصال في نقل المعلومات والأحداث والصور، إذ حققت إنجازاً كبيراً في مجال الاتصال، غطت خدماتها الكرة الأرضية، وسهلت الاتصال بين مناطقها وقربت بين شعوبها.

وأقمار الاتصال Communication Satellite: هي أساس الشبكات الفضائية ولها قنوات مرئية وصوتية تختلف طاقاتها باختلاف الغرض الذي أطلقت من أجله والرقعة المطلوب تغطيتها والمجالات التي تستخدمها، وقد أصبحت أقمار الاتصال عصب تبادل الأخبار والمعلومات في العصر الحاضر، لأنها سهلت نقل الحدث وقت وقوعه [3].

يتجلى التطور الذي أحدثته أقمار الاتصال في مجال الإعلام ولاسيما في البث التلفزيوني، إذ أدت إلى تحقيق الآنية في نقل الأخبار والمعلومات والبرامج من دول العالم المختلفة، فأقمار الاتصال وسعت بشكل كبير قدرة وسائل الإعلام من خلال الحدود الدولية، وهذا ما أدى إلى تقديم المادة الإعلامية في زمن حدوثها، وسهل للتلفزيون في هذا القدرة على الوصول إلى إدراك المشاهد وجعله يتعايش مع الأحداث بشكل مباشر [4].

إن التطور الكبير الذي نشهده اليوم في وسائل الاتصال الدولي كوجود أقمار الاتصال التي تصل أطراف العالم عن طريق محطات التلفزيون، جعل من الاتصال في الوقت الحاضر وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها، والعصر الذي نعيشه هو عصر الاتصال والإعلام، ولم تعد وسائل الإعلام تشكل الفن الخطابي وتعكسه، بل أصبحت تشكل جزءاً أساسياً من العلم، وساعد التطور التقني على بث الأخبار والمعلومات وتطوير خدمات إرسال الصور والكلمات المطبوعة.

وقد بلغ التقدم التقني ذروته عام 1962 بعد استخدام أول قمر صناعي للاتصالات بغية التقاط الرسائل السريعة من خلال الهاتف بين القارت [5]. واستخدام أقمار الاتصال في عمليات الإرسال عرفت تجارياً في عقد الستينيات، وبالتحديد عام 1964، وأدخل استخدامها في مجال الالتقاط والبث على نطاق واسع بعد حرب النجوم عام 1977، وهي مستمرة في التقدم السريع والمذهل، ولا سيما بعد اكتشاف تكنولوجيا الألياف الضوئية واستخدام موجات الليزر وغيرها [6].

وتكنولوجيا الياف الضوئية هي تكنولوجيا لإرسال البيانات من خلال وسيط نقل مصنوع من خيوط دقيقة - في حجم شعرة الإنسان - مصنعة من الزجاج، ومن أهم ميزاتها أنها قادرة على الإرسال في اتجاهين مختلفين في الوقت نفسه دون أي تدخل وهي خاصية هامة لتحقيق عامل التفاعل المهم بالنسبة لكثير من وسائل الإعلام [7].

وتوفر الألياف الضوئية العديد من الخدمات منها: اتصالات هاتفية بوساطة الفيديو، وعرض بوساطة التلفزيون الكابلي، أو مكتبة برامج الفيديو التي تسمح بانتقاء البرامج المرغوبة، فضلاً عن نظام فيديو داتا Video Data الذي يسمح للشخص بالاتصال بالحاسب بوساطة الهاتف وهو في منزله، واختيار الصور أو البيانات التي يرغب في رؤيتها على شاشة التلفزيون لديه [8].

وشهدت تكنولوجيا الاتصال تحولاً كبيراً منذ عقد الثمانينات بظهور الجيل الثالث من أقمار الاتصال، التي يتم تركيزها في مدار جغرافي ثابت يبعد عن الأرض 22500 ميل فوق خط الاستواء، ويحقق هذا الارتفاع تزامن سرعة دوران القمر الصناعي مع سرعة دوران الكرة الأرضية، ولهذا سمي هذا المدار بـ "المدار المتزامن Geosynchronous".

ترسل الإشارة إلى القمر الصناعي المخصص للبث التلفزيوني المباشر

من محطة إرسال أرضية باستخدام ترددات معينة، ويقوم جهاز التحويل

Transponder الموجود في القمر الصناعي باستلام الوصلة الصاعدة Up

Link من المحطة الأرضية Earth Station، ولكن هذه الإشارة تتعرض إلى

فقدان واضمحلال يسمى "فقد الفراغ الحر" الأمر الذي يضعفها، وسببه هو طول

المسافة التي تقطعها في رحلتها والتي تصل إلى 22500 ميل كما ذكرنا،

وباختصار فإن هذه الإشارة تصل إلى القمر الصناعي ضعيفة للغاية وتكون

بحاجة إلى معالجة خاصة لتقويتها، وهنا يقوم جهاز التحويل بتقويتها عشرة

ملايين مرة قبل أن ترتد إلى أسفل باتجاه الأرض "الوصلة الهابطة Down

Link" حيث المنطقة الجغرافية التي يغطيها الإرسال [9]، والتي تقارب مساحتها

ثلث مساحة الكرة الأرضية، ويتم التقاط البث بواسطة هوائيات فردية أو جماعية

خاصة ذات منحنيات متكافئة يتراوح قطرها بين 45 و 70 سم، وهي الهوائيات

اللاقطة أو المقعرة، وتقوم أقمار الاتصال بتسهيل الاتصال الفضائي بين الدول

المتباعدة جغرافياً بحيث يكون من الناحيتين الفنية والاقتصادية أفضل من

الاتصال الأرضي [10].

من خلال استخدام أقمار الاتصال أمكن التغلب على المشاكل التي كانت

تعوق نقل البرامج التلفزيونية إلى مناطق أخرى في العالم، وتم ربط أطراف العالم

بعضها ببعض، وأدى تطور أقمار الاتصال والبث المباشر إلى حدوث تغير

لملموس على البث التلفزيوني، إذا استغلت القنوات التلفزيونية أقمار الاتصال في

توصيل برامجها إلى أنحاء العالم، إلا أن استخدامها لتبادل البرامج التلفزيونية لا

زال محدوداً مقارنة بالاستخدامات الأخرى، إذ تزيد نسبة الحركة التلفزيونية فيها

على 5% من مجمل الحركة [11].

وقد انفتحت خمس عشرة شركة أمريكية وأوروبية ويابانية على مشروع يؤدي إلى تطوير الكرة الأرضية بمجموعة من أقمار الاتصال، وتساعد هذه الأقمار أي فرد في أي مكان من العالم على الاتصال بأي شخص آخر، والتقاط البث الفضائي مباشرة من دون الحاجة إلى الأطباق، أو أي خدمات أرضية، وتصبح الأطباق الحالية تكنولوجيا قديمة تجاوزها الزمن [12].

ومن التحولات الهامة التي شهدتها البث المباشر بالأقمار الصناعية ظهور القنوات الفضائية المتخصصة مع بداية عقد الثمانينيات من القرن المنصرم، هذه القنوات هي ثمار تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وبالتحديد ثمار "التلفزيون الكابلي" و "التلفزيون الرقمي".

- التلفزيون الكابلي Cable TV :

بدأت خدمة التلفزيون الكابلي في الأربعينيات من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لعدم قدرة الإشارة التلفزيونية على الوصول إلى المناطق البعيدة أو لاستقبال الناس الذين يقيمون في بعض المناطق النائية لإشارة تلفزيونية ضعيفة أو غير واضحة أو بها قدر كبير من التداخل مع موجات أخرى.

وتم تأسيس أول نظام كابلي في الجزء الجنوبي من ولاية بنسلفانيا عام 1946 بهدف تحسين الخدمة التلفزيونية، وبحلول عام 1950 بلغ عدد شركات الكابل في الولايات المتحدة نحو سبعين شركة [13].

وفي عام 1975 استخدمت شركة هوم بوكس أوفيس HBO الأقمار الصناعية لمزج الإرسال التلفزيوني الكابلي بالإرسال الفضائي وبذلك كانت أول شبكة كابلية تستخدم الأقمار الصناعية [14].

ومع بداية الثمانينيات من القرن العشرين بدأ الحديث خاصة حول الكابلات، وارتفع بسرعة عدد البلدان التي يخدمها الكابل التلفزيوني، وبلغ الدخل من التلفزيون السلكي عام 1982 نحو بليونين ونصف البليون من الدولارات، وبلغت نسبة من يستقبلون الإرسال التلفزيوني بالطريقة السلكية عام 1987 (45%) من المنازل، وفي عام 1994 ارتفعت النسبة إلى (97%) [15]. وفي حين استخدم نظام الكابل واتسع انتشاره في الدول المتقدمة، كالولايات المتحدة وأوروبا الغربية، فقد تعثر تطبيقه في الدول الأخرى ولا سيما دول العالم الثالث لما يرتبط به من تكلفة مادية عالية، وظهرت بدلاً منه أنظمة أخرى سميت بالكابل الهوائي [16].

تمكن المشاهدون بفضل التلفزيون الكابلي من الحصول على خدمة تلفزيونية عالية الجودة، كما أمكنهم الاختيار من بين قنوات متعددة إذ يمكن لبعض النظم الكابلية أن تتيح نحو مئة قناة تلفزيونية، وسوف يرتفع هذا العدد إلى نحو ألف قناة عندما تستخدم كابلات الألياف الضوئية Fiber Optics. وبذلك فسوف لا يكون المشاهد مجبراً على تلقي مضمون معين مفروض عليه من قبل الحكومات أو الهيئات العامة أو الخاصة. ويمكن القول: إن التلفزيون الكابلي أحدث طفرة هائلة في مجال الخدمة التلفزيونية إذ تمكن من إمداد المشتركين بخدمات برمجية متميزة من خلال مئات القنوات المتخصصة على مدى الأربع والعشرين ساعة، كما أعطى المعلنين فرصة ذهبية للوصول إلى جماهيرهم المستهدفة بسرعة وسهولة.

-التلفزيون الرقمي:

حتى عهد قريب كانت تقنيات بث برامج التلفزيون تعتمد على تحويل الصورة والصوت إلى إشارات من الموجات التي يجري بثها عبر الأجواء ليلتقطها الهوائي في المنازل.

أما حالياً فإن التلفزيون الرقمي هو أحدث التطورات التي بدأت زحفها نحو المنازل والتي أصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا التلفزيون الرقمي من طلب وجبات الطعام السريعة إلى حجز تذاكر السفر ومتابعة أسعار الأسهم وأخبار المال والسياسة والرياضة عبر شاشات تلفزيونهم الجديد بالإضافة إلى الدخول على شبكة الإنترنت عبر التلفزيون بدلاً من أجهزة الكمبيوتر الشخصي.

وتختلف تكنولوجيا التلفزيون الرقمي عن تكنولوجيا التلفزيون التقليدية التناظرية Analog بأن الصورة والصوت في التلفزيون الرقمي يتم تحويلها إلى إشارات ثنائية من الأصفار والآحاد أي بنفس النظام الذي تستخدمه أجهزة الكمبيوتر، هذه الإشارات يتم استقبالها بواسطة هوائي التلفزيون الذي يقوم ذاتياً أو من خلال جهاز خارجي إضافي بفك الرموز المستقبلية، بينما في التلفزيون التقليدي يتم تحويل الصوت والصورة إلى أمواج إلكترومغناطيسية تحدد جودتها مدى نقاء الصورة والصوت على الشاشة وتنتشر شبكات التلفزيون الرقمي حالياً سواء بالبث عبر الأقمار الصناعية أم الكابلات أم البث من المحطات الأرضية، وهي تجعل بالإمكان عن طريق استخدام تكنولوجيا الضغط (Compressing) إرسال عدد أكبر من البرامج على نفس الموجة الهوائية التي تستخدمها التكنولوجيا التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفزيون التقليدي الحالي، بالإضافة إلى ميزة الجودة العالية للصورة والصوت في التلفزيون الرقمي [17].

وهكذا، فسوف تتمكن الأقمار الصناعية المباشرة ذات قدرة الإرسال العالية باستخدام التقنيات الرقمية من توفير بث مئات القنوات التلفزيونية التي تلبي حاجات مختلفة للمشاهدين مهما تنوعت من برامج التلفزيون، كما سيزداد تطوير الخدمات التلفزيونية التي تعتمد على تحقيق الربح، مثل:

- الخدمات المتفاعلة Interactive

- الدفع عند الطلب On Demand

- مقابل الرؤية Pay Per View

ويمكن القول: إن التكنولوجيا الحديثة التي قدمها كل من التلفزيون السلكي (الكابلي) والأقمار الصناعية المباشرة والتلفزيون الرقمي أتاحت ظهور "القنوات المتخصصة" التي تتناسب مع روح العصر الحديث، إذ تحرص على أوقات المشاهدين، وتقدم لهم المضمون الذي يريدون في أقل وقت بدلاً من انتظاره وسط مضامين أخرى عديدة ومتنوعة، كما أنها تخلق لدى المشاهدين القدرة على الاختيار والحرية الفردية في مشاهدة المادة التي يريدونها الفرد في الوقت الذي يحدده.

ومن أهم سمات التحول في استخدام أقمار الاتصال للبث المباشر [18] :

- 1 - سقوط الاحتكارات الوطنية للبث التلفزيوني داخل القطر الواحد.
- 2 - تعدد قنوات البث التلفزيوني المباشر المتاحة أمام الفرد وتنوعها.
- 3 - تخصص القنوات بحكم المحتويات أو بحسب الجماهير المستهدفة.
- 4 - التحول إلى المشروعات الخاصة Privatization في مشروعات الاتصال وقنواته، ويترتب عليه تخفيف سيطرة الدولة ورقابتها على قنوات الاتصال.

5 أدت زيادة ساعات العرض إلى ارتفاع كلفة البرامج من ناحية الإنتاج وحقوق البث، مما ولد الحاجة إلى استيراد البرامج من الخارج مما يهدد الهوية الثقافية القومية.

6 -التعامل مع الإنتاج الإعلامي والثقافي باعتباره سلعة تعامل بمنطق السوق، فتقاس جودتها بحجم جمهورها ومدى الإقبال عليها، بصرف النظر عن المعايير الثقافية أو الأخلاقية.

7 -المنافسة مع الخدمات العامة.

8 -محاولة التفوق والحصول على المصداقية.

9 -الاتجاه إلى المحلية والعالمية معاً.

10 - تقلص دور إشعاع القنوات العمومية الحكومية، فقلت نسبة مشاهدة برامجها وانخفضت مدخولاتها من الإعلانات التجارية، وضعفت قدراتها على الخوض في شراء البرامج المتميزة.

11 - تركيز إنتاج التكنولوجيا الحديثة في بعض الدول خاصة غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية.

أما الأخبار كأبرز محتويات وسائل الاتصال، فقد أفادت بشكل كبير من استخدام أقمار الاتصال للبث المباشر مما أدى إلى زيادة فاعلية أداء وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي.

وتتمثل أبرز مجالات الاستفادة الإخبارية من تكنولوجيا الأقمار الصناعية في

الجوانب التالية:

- توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً من خلال بث وقائع الحدث الإخباري على الهواء خلال فترة لا تتجاوز دقائق من تواجد المندوبين في موقع الحدث سواء داخل الدولة أو خارجها.

- توسيع عدد قنوات الأخبار وزيادة سعة كل قناة، حتى في الدول التي تعاني من ضعف في الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية، وبذلك أصبحت وسائل الإعلام أمام كم هائل من الأخبار، الأمر الذي يتيح لها حرية اختيار أوسع.

- تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية وتطويره، من خلال إمكانية الاتصال مباشرة ببنوك المعلومات وشبكاتها للتزود بالمعلومات الخفية للأخبار.

وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول إن أبرز آثار تكنولوجيا الأقمار الصناعية تبدو في عملية التغطية الإخبارية News Coverage فقد ألغت هذه التكنولوجيا الاتصالية الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاثة وهي: مرحلة اندلاع الخبر News Break، ومرحلة بث الخبر News Diffusion، ومرحلة التشبع الإخباري News Saturation، وقد أدى ما سبق إلى جعل تعريف الخبر الآن وخاصة بعد ظهور العديد من الشبكات الإخبارية ذات المستوى التقني الرفيع - أي الخبر - هو ذلك الحدث الذي نشاهده وهو يقع [19].

والخلاصة، أقمار الاتصال وفرت للإنسان إمكانيات التغلب على معوقات الزمان والمكان والتضاريس في كل ما يخص الاتصال، في أي مجال من مجالات الحياة، ولاسيما بعد أن ارتبطت ببنوك المعلومات، سواء في مجالات الاتصال أم التعليم والتنمية، إذ تقوم أقمار الاتصال بجمع المعلومات، والمشاركة في التحليلات على مستوى العالم، عن طريق أجهزة الاتصال الإلكترونية، ومعالجتها عن طريق الحاسبات وبثها من خلال القنوات الفضائية [20].

وبعد أن عرضنا دور أقمار الاتصال في عولمة الإعلام، وما نجم عنها من تطور في عملية البث الفضائي المباشر، يمكن إيجاز أهداف البث المباشر في النقاط التالية:

- تعد أقمار الاتصال أو البث المباشر وسيلة اتصال فضائية، غالباً ما تكون مملوكة لشركة تجارية أو مشتركة، وقد تكون لهيئات عامة حكومية، تقوم بتأجير القنوات القمرية، ولكن تدار على أسس اقتصادية، ولا تستبعد الأمور السياسية والثقافية في وضع سياساتها.
- إن البث التليفزيوني المباشر إلى المنازل أو غير المباشر إلى الشبكات السلكية، ليس هدفه الوحيد الخدمة فقط، بل يركز أيضاً على تقديم خدمات أخرى متعددة كنقل وقائع المؤتمرات ذات الأطراف البعيدة، والاتصال بين أجهزة الحاسبات من خلال شبكات المعلومات، وجعل أكثر من قناة غزيرة الإشعاع تستقبل بهوائيات صغيرة يصل قطرها متراً واحداً.
- تستهدف قنوات البث الفضائي المشاهد خارج البلد المرسل وليست كلها قنوات عامة، فمنها المتخصصة بالبرامج الإخبارية والثقافية والفنية، وتستهدف فئات معينة من المشاهدين.
- قد تكون الهيئات والشركات التي تستغل القنوات الفضائية رسمية أو تجارية هدفها الأول هو الربح، وهذا ما يجعل بعض هذه الجهات تبث برامجها عن طريق التشفير [21].

2- الهيمنة الاتصالية الفضائية وتحدياتها السياسية والثقافية والتربوية في المجتمع العربي المعاصر:

مما لا شك فيه أن استخدام الأقمار الصناعية في البث المباشر أحدث طفرة كبرى في الاتصال والإعلام الدولي، حققت العديد من الفوائد لكافة الدول، ولكن الآثار التي نجمت عن تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية قد خيبت الآمال التي عقدت عليها، وأسكتت الأصوات المتفائلة، فلقد عززت وضع عدم التكافؤ في التبادل التليفزيوني الدولي بين الدول المتقدمة والدول النامية [22].

فالدول الغربية تهيمن على وسائل الاتصال صناعة وتسويقاً واستخداماً من خلال سيطرتها على قنوات الاتصال، ومما يؤكد هذا وجود ما يزيد على (500) قمر للاتصال، وترسل إشاراتها مباشرة إلى شاشات أجهزة التليفزيون ومن خلال هذه الأقمار انتقل الإعلام من المجال الأرضي إلى مجال الفضاء، وبذلك برزت "عولمة الفضاء" [23].

ولقد برزت الهيمنة الإعلامية الدولية بشكل واضح من خلال التدفق الإعلامي المسيطر عليه من قبل الدول الكبرى، وأجهزتها ومصالحها في اتجاه الدول النامية، ومنها الوطن العربي، وظهرت مظاهر هذه الهيمنة في التدفق الإعلامي على الحضارات والثقافات بعد التطور الهائل الذي حصل في تقنيات الاتصال ولا سيما بعد انتشار البث الفضائي المباشر [24].

ويؤكد العديد من الدراسات أن البث الفضائي لم يحقق التواصل الفكري والثقافي المتوازن، والعلاقة غير متوازنة [25].

وبالرغم من تسليمنا، بأن هذا البث الوافد والمفروض علينا يتضمن غزواً ثقافياً يعكس موقف الهيمنة الثقافية الغربية وتوجهها، إلا أن مصطلح "الغزو الثقافي" يمكن أن يكون مضللاً في تحليل إشكالية الصراع الثقافي بين الشمال والجنوب، والصراع الحضاري عموماً، ما لم يتم تحديد معنى "الهيمنة" الاتصالية بدقة، وما لم يتم الوقوف بشيء من التفصيل على التحديات السياسية والثقافية

والتربوية التي تفرضها الهيمنة الاتصالية الفضائية التي تتجسد في ظاهرة البث التليفزيوني المباشر.

2-1 الهيمنة الاتصالية Communicational Domination:

تندرج "الهيمنة الاتصالية Communicational Domination تحت دائرة "الهيمنة الثقافية Cultural Dominaton إحدى ظواهر الاستعمار الثقافي، التي يمكن تعريفها بأنها: "جماع العمليات التي تستخدم لإدخال مجتمع ما إلى النظام العالمي الحديث، وكيف يتم استمالة الطبقة المهيمنة فيه والضغط عليها وإجبارها ورشوتها أحياناً، كي تشكل المؤسسات الاجتماعية في اتساق مع قيم المركز في النظام أو حتى الترويج لها" [26].

ويعترف "شيلر" بسعي الحضارة الغربية إلى تحقيق الاستعمار الثقافي، وتؤدي الإمبريالية الثقافية إلى تغريب العالم، وتذويبه في أتون ثقافي أمريكي واحد، وترتبط الهيمنة الاتصالية من خلال عملية التغريب بمحاولة "أمركة العالم Americanisation" الذي يعني الامتثال لطريقة الحياة الأمريكية American Way of Life حيث يكمل البشر إنجاز الحلم الجامح لتيودور روزفلت "بأمركة العالم" بل كذلك حلم كافة الإمبرياليين [27].

وعلى الرغم من أن السياسة الأمريكية تجاه أقمار البث المباشر، تميل إلى عدم فرض قيود عليها، وهي لا تسعى إلى توفير خدمات تليفزيونية تجارية بديلة أو خدمات بأجر، وقد تركت لجنة الاتصال الفيدرالية الأمريكية أقمار البث المباشر للسوق التجاري بدلاً من أن تحقق الاندماج بين مشاركة المصالح العامة والخاصة في استغلال إمكانات تلك الأقمار، إلا أن الدعاية الأمريكية قوة لا يستهان بها، وتعد أنموذجاً للدعاية الكلية التي تبدأ بأقمار الاتصال وتنتهي إلى الإعلانات الخاصة بالمشروبات والمأكولات والسجائر وغيرها، وهي أفيون إمبريالي يتمثل في

الدعاية الصريحة الصادرة عن القنوات الفضائية الأمريكية لتصدير النمط الذي تريد فرضه على الآخرين اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً وثقافياً، من خلال اختراق الحدود والتدخل في شؤون البلدان الأخرى [28].

وإذا كانت القنوات الفضائية الوافدة قد قامت بدور إيجابي في نقل الخبرات وتبادل الثقافات والمعلومات والمعارف بين الشعوب والأمم بكل جوانب الحياة الإنسانية، فإن لها أيضاً سلبيات ومساوئ وتحديات جسماً طال العالم أجمع، ومنه العالم العربي الذي نال النصيب الأوفر منها نتيجة هذه التحولات، ويمكن الوقوف على أبرز هذه التحديات فيما يلي:

انهيار السيادة الإعلامية للدولة: لأن ظاهرة البث المباشر بالأقمار الصناعية تغير إحدى ركائز السيادة، وهي التحكم الكامل في أرض التراب الوطني وأجوائه، وبهذا تفقد الدول تحكمها بالأخبار والمعلومات التي تصل إلى مواطنيها، وقدرتها على ضبط ما يدخل إليهم [29]، وهذا يثير العديد من الشكوك والمخاوف السياسية التي يمكن أن تتجم عن بث برامج معادية لأنظمة الحكم في بعض الدول، أو تصدير الأفكار والإيديولوجيات التي تهدد الاستقرار في دول أخرى [30].

وظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية، أو ظاهرة الثقافة عابرة القومية، تعكس سياسة منظمة يحل فيها بدرجات متفاوتة وفي سياقات مختلفة تنظيم الشعوب في مجموعات أفقية، محل تنظيمها في مجموعة وطنية، بمعنى دفع الشعوب للارتباط مع بعضها البعض بالأساليب الإلكترونية، تجاوزاً لروابط الجوار الجغرافي، أو الثقافة الوطنية والقومية، ولم يتردد بعضهم في وصف هذه الظاهرة بظاهرة "الأمركة" [31].

التأثير في العلاقات الدولية: وهذا مظهر آخر من مظاهر البث الفضائي الوافد، حيث تلعب المحطات الفضائية اليوم دوراً كبيراً في التأثير على البناء السياسي

داخل الدولة المتقدمة نفسها، ثم على العلاقة بين هذه الدول، وغيرها من الدول النامية، فقد تضخمت إمكانات المؤسسات الخاصة العاملة في هذا المجال في الدول المتقدمة، وأصبح لها نفوذ كبير على عملية صنع القرار على المستوى الدولي وخاصة بالنسبة للمؤسسات ذات النشاطات الدولية، أو المؤسسات متعددة الجنسية، الأمر الذي يهدد ديمقراطية الاتصال والإعلام سواء على المستوى الوطني أو الدولي [32].

وكذلك أسهم التطور التكنولوجي المتعاظم لأقمار الاتصال في التأثير على شبكة العلاقات الدولية من خلال إيجاد تصورات جديدة حول نقل الحياة الأمريكية إلى دول العالم الثالث ومن ضمنها الوطن العربي، ويلاحظ أن إفرازات هذا التطور أدت إلى حالة من الانهيار بالقدر الذي أعطانا ما يمكن أن نسميه (بالمجتمعات المستهلكة) لمنتج تكنولوجيا لا نفهم أبعادها، أو غير قادرين أدبياً على استيعابها [33].

التهديد الاقتصادي: من خلال التدخل في النظم الداخلية للدول الأخرى، فحوالي 75% من البرامج التي تعرض في الدول العربية هي ذات إنتاج أجنبي، وإن الدول العربية لا تسيطر إلا على 25% من المعلومات والبرامج الموضوعة والمعروضة لمواطنيها.

زيادة الفجوة الاتصالية: إن دخول الإعلام الدولي مجال أقمار الاتصال قد أحكم السيطرة الغربية عليها، بحكم امتلاك غالبية المدارات المخصصة لهذه الأقمار، فضلاً عن إمكانات تصنيعها وإطلاق أجهزة المراقبة والمحطات الأرضية وهو ما يطلق عليه "احتكار تقنية أقمار الاتصال".

ويؤدي هذا إلى مزيد من الاختلال في التدفق الإعلامي وعدم وضع أية قيود على انتقال الأخبار من الدول الغربية المتقدمة إلى الدول النامية في العالم

الثالث - ومنها الوطن العربي - مما يشكل خطراً على الثقافات الوطنية لهذه الدول [34].

إن السيطرة الغربية على تكنولوجيا البث الفضائي، فتحت آفاقاً رحبة أمام وسائل الاتصال في العالم، وبالمحصلة فإن الرابح الأكبر هو من يقف وراءها ويعمل على الترويج لها والعمل بها، والسيطرة الأمريكية على وسائل الاتصال العالمية ومنها الأقمار الصناعية، جعلها في موقع القيادة، متخذة من وسائل الإعلام والإنتاج والتوزيع الثقافي استراتيجية مهمة يتم اعتمادها في الترويج لظاهرة العولمة، وإعلام العولمة كمفهوم ونظام يؤدي دوراً كبيراً في الترويج للعالم المفتوح، داخل إطار من الحرية التي تقترب من الفوضى، ويروج للفكرة العالمية في النظم الاجتماعية [35].

تشكيل اتجاهات الرأي العام: تمارس قنوات البث الأجنبية والأمريكية منها على وجه الخصوص ضغوطاً وأدواراً لا تقل أهمية ولا خطورة عن ضغوط وأدوات كانت تقوم بها دول كبرى، حتى أن الأمين السابق للأمم المتحدة وصف شبكة (CNN) بالقول إنها تكاد تكون العضو السادس عشر في مجلس الأمن [36].

وتسعى هذه القنوات ولاسيما شبكة (CNN) إلى أن تكون المصدر الأول للأخبار العالمية، وأخذت تهيمن على النظام الإعلامي الدولي وتنتشر في أقصى بقعة من الأرض يصل إليها تأثير إشعاع أقمارها وأجهزتها الاتصالية بهدف احتكار الأخبار والمعلومات في مجال الاتصال، وتشكيل اتجاهات الرأي العام العالمي عموماً، والرأي العام العربي خصوصاً بقصد سلخه عن هويته وبناء شخصيته وفق الأفكار الأمريكية.

هناك ثلاث شبكات كبرى يسميها البعض بـ (الأخطبوط الأمريكي) تسيطر على معظم وسائل الدعاية في الولايات المتحدة الأمريكية هي ABS و NBS و

CBS بالإضافة إلى شبكات أخرى في دول أوروبا الغربية باتت تحتكر المعلومات، وتتحكم في تدفق الأخبار، تضخم ما تشاء وتقلل من شأن ما تشاء، مشكّلة الأحداث وفق مصالح الدول التي تقف وراءها [37].

إن ما تنقله الأقمار الصناعية إلى دول العالم العربي من برامج وأخبار وأحداث وثقافة وترفيه لا تحكمها اعتبارات محايدة أو موضوعية، بل ما ترى دول المركز - من خلال وكالات أنبائها المتخصصة وشبكات الإرسال المسيطرة عليها - أهمية إذاعته وتوزيعه [38].

والتلاعب بوسائل الإعلام المسيطر عليها من قبل الغرب بغية تشكيل اتجاهات الرأي العام، ظهر واضحاً أثناء التهيئة للحرب على العراق عام 1991، حيث كان الإعلاميون المتنفذون نشيطين في تسويق الحرب والترغيب فيها في عيون المجتمع الدولي، وفي إعطائها غطاءً ومبررات مزيفة.

لقد أظهرت المحطات الفضائية الغربية هذه الحرب وكأنها لم تكن حقيقية، وصانع القرار أشبه بمستهلك وسائل الاتصال الحديثة، إذ أصبح يتلقى رسائل إعلامية تكاد تكون منزوعة التاريخ أو مفبركة، وقد وصف المشاهدون الذين تابعوا أخبار العدوان على العراق على شاشات الـ (CNN) أنهم كمن دخل داراً للسينما وشاهد فيلماً سريع الحركة، وزاخراً بالأصوات والفرقعات، وظل مشدوداً إلى العرض، ومنبهرًا بالتدمير والقتل حتى انتصر البطل على طريقة رعاة البقر الأمريكية [39].

وكانت الحرب على العراق في عام 1991 على سبيل المثال هي أول نزاع دولي كبير يشاهد الناس تفاصيله وقت حدوثه مباشرة على شاشات التلفزيون في غرف المعيشة في منازلهم، وبذلك اكتسبت شبكة (CNN) شهرة واسعة في تغطية أهم الأحداث السياسية في العالم خلال عقد التسعينيات عندما تمكنت من تغطية

وقائع القصف الأمريكي على بغداد مباشرة خلال حرب 1991 بحكم أن شبكة (CNN) القناة الفضائية الوحيدة التي كانت ترتبط بخط مباشر من خلال أقمار الاتصال، وقد نقل مراسلها تفاصيل هذه الحرب من فوق إحدى أبنية بغداد ليشد إلى قناته أنظار ملايين المشاهدين في أصقاع مختلفة من العالم، كما نقلت هذه الشبكة أحداث أوروبا الشرقية، والعدوان الأطلسي على يوغوسلافيا في عام 1999 [40].

سيطرة الثقافة التجارية الاستهلاكية:

تحدٍ آخر يفرضه البث المباشر بالأقمار الصناعية وهو سيطرة الثقافة التجارية الاستهلاكية على البث الوافد، وبالتالي تهيئة المشاهدين لتلقي نمط الحياة الرأسمالية وتقليده، فيلاحظ أن وسائل الإعلام الغربي - ومنها المحطات الفضائية - تضطلع بدور كبير بالاشتراك مع الآلة العسكرية، للسيطرة على ثقافات العالم العربي من خلال التوزيع العالمي للثقافة الجماهيرية، وتعمل الشركات عابرة القوميات للسيطرة على الثقافة العالمية من خلال توزيع منتجات برامج التلفزيون والصحف والمجلات والإعلانات، بما تحمله من مفاهيم تعزيزية للأنماط الاستهلاكية السائدة في الدول الصناعية، ويترتب على هذا أخطار عديدة، أهمها خضوع اختيار البرامج ومحتواها لاعتبارات تحقيق أقصى قدر من الربح ونصيب السوق، وإذا أصبحت الكلمة العليا للمعيار التجاري البحث، وهو سيطرة السوق كانت النتيجة تدني مستوى جودة الإعلام وضحالة الأخبار، وهو ما يهدد الثقافة، بل إن الصبغة التجارية التي يتصف بها الإعلام الغربي ولا سيما الأمريكي من شأنه عرقلة الخطط الوطنية للعالم العربي من أجل إحداث تنمية اقتصادية واجتماعية.

فالبُلدان العربية التي لا يشكل فيها الإعلان التجاري جزءاً كبيراً من خارطة البرامج التليفزيونية، تخشى أن يؤدي تأثير البرامج الوافدة إليها عن طريق البث المباشر بالأقمار الصناعية إلى إبطاء المشاهدين بوابل من الإعلانات التجارية التي تولد الرغبة في سلع تلك البلاد الغربية، ومن ثم تولد منافسة غير عادلة للصناعات المحلية، بالإضافة إلى أن بعض المجتمعات تتخوف من أن تحدث البرامج التجارية لدى مواطنيها عطشاً للسلع الاستهلاكية، وإظهار المجتمعات الغربية بصورة جميلة، وبالتالي تظهر هي بصورة العاجز عن إشباع حاجاتهم وأحلامهم [41].

لا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور البث الفضائي المباشر، إذ تركز القنوات الأجنبية الوافدة إلى الوطن العربي في بثها على أفلام العنف والبرامج المثيرة للجنس، ولم تذهب بعيداً عن ضخ كم هائل من مخلفات الثقافة الغربية.

ويسعى البث الفضائي الوافد إلى أن يكون المصدر الجديد لإنتاج وصناعة القيم والرموز وأدوات تشكيل الوعي الإنساني والوجدان والذوق، ويقوم بتقديم ثقافة معلبة الصنع تتضمن منظومة من القيم تدور حول تشجيع النزعة الاستهلاكية وغرس قيم الأنانية والفردية والروح النفعية [42].

فالقنوات الفضائية الدولية الوافدة تشكل تياراً متحدياً فكرياً، حيث لم يألف الإنسان العربي مثل هذا التدفق في المعلومات والأفكار والأوضاع، ويجد فيه كثيراً من الاختلاف عما هو مألوف له، مما يسيء لأخلاقه وقيمه وعاداته وتقاليده وعقيدته التي يسير على نهجها ودستورها، لا سيما بعد أن أصبح الوطن العربي مجالاً مفتوحاً لاستقبال الكثير من قنوات البث الفضائي الحكومية والخاصة التي

تحمل بين طياتها أنموذجاً ثقافياً وحضارياً مختلفاً عن الأنموذج العربي في مقوماته وأدبياته وفي قناعاته وأهدافه مما أثار جدلاً ثرياً حول الغزو الثقافي أو الاختراق المعلوماتي للبلدان العربية [43].

ولعل أخطر ما يقوم به البث الفضائي في هذا الصدد، محاولته تشكيل أنماط من السلوك الإنساني لدى الشباب العربي وتهميش أنماط أخرى من خلال لغة الصورة ورموزها، وتقديس ثقافة الاستهلاك وتسطيح الوعي، وتزييف الحقائق التاريخية والواقعية، وإشاعة اللاعقلانية في الفكر والممارسة [44].

ويتخوف بعض الإعلاميين من التأثير المتوقع على الطفل العربي من التعرض لهذا السيل من الثقافات الأجنبية، وخاصة أن هذه البرامج والأفلام أنتجت في إطار بيئي مختلف عن البيئة العربية، مما يؤثر على ولاء الطفل لثقافات أجنبية على حساب الثقافة القومية [45].

وأخيراً، يمكن القول إن مضمون البث الفضائي الوافد إلى الوطن العربي سوف يخلق الكثير من المشكلات منها:

- عدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية، وربما حدوث اضطراب اجتماعي.

- التأثير المباشر في القيم والأفكار والمواقف والاتجاهات، والسعي لمحو القيم المحلية واستبدالها بأنماط جديدة في السلوك والقيم الأخلاقية والعقائد التي قد تتعارض مع طبيعة المجتمع العربي وحياته.

- إضعاف دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية، وانشغال أفراد الأسرة بمتابعة قنوات البث الفضائي، مما يقلل من فرص الاهتمام بالواقع ويؤدي إلى الهروب منه بدلاً من مواجهته.

- إحداث خلل في التوازن التنموي، وسيادة الروح الاستهلاكية وطغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن مجتمعاتنا العربية.
- ازدياد الانحراف الاجتماعي بين الشباب بسبب طبيعة المضامين الإعلامية للفضائيات الوافدة إذ تزداد أفلام الجنس والعنف والمخدرات وأساليب الجريمة الحديثة في ساعات البث اليومي للقنوات الفضائية [46].

3- البث الفضائي العربي: استراتيجية التحدي

ولدت فكرة إنشاء قمر صناعي عربي خلال اجتماع لمجلس وزراء الإعلام العام عام 1967 في مدينة (بنزرت)، ولم تهز هزيمة 1967 قنوات العرب بضرورة إيجاد جهاز إعلامي عربي مشترك يعكس القنوات القومية، وقد تبني اتحاد إذاعات الدول العربية فكرة الاستعانة بتكنولوجيا أقمار الاتصال في أول اجتماع له في الخرطوم لعام 1969، وكان الحلم حينئذ هو إقامة شبكة تلفزيونية تجمع بين الدول العربية على نمط اليورفيزيون والأنترفيزيون الأوروبيتين، لكن الخلافات العربية لم تترك مجالاً أو فرصة لتنفيذ هذا المشروع الطموح، لكن في عام 1980 تم إطلاق أول قمر من أقمار عريسات (الجيل الأول) الذي وضعته شركة إيروسبيسال الفرنسية، وقد خرج هذا القمر عن مساره وضاع في الفضاء، وقد عبرت إدارة عريسات عن أسفها لهذا الإهدار ضمن تقرير قدمته في ندوة "الخدمات الإذاعية والتلفزيونية عبر الأقمار الصناعية" في تونس عام 1987.

من هنا يمكن القول إن بداية عصر الفضاء العربي جاءت حينما أسس التلفزيون المصري مشروعاً مشتركاً مع محطة (CNN) الإخبارية الأمريكية وشركة الكوابل المصرية عام 1990، لكي تستقبل برامج (CNN) وتعيد إرسالها من خلال الشبكة الأرضية المصرية.

ومنذ عقد التسعينيات من القرن العشرين دخل العرب مجال الاتصال الفضائي بشكلٍ واسع، وتسابقت الحكومات وأولت هذا المجال أهمية خاصة في إطار الاهتمام بتطوير إعلامها، وتوالت عملية إنشاء القنوات، فانتشرت الفضائيات العامة والخاصة التي تبث برامجها من داخل الوطن العربي وخارجه [47].

واليوم أصبحت القنوات الفضائية العربية واقعاً على خريطة الإعلام الدولي غير قابل للمنع أو المقاومة، وحققت بعض هذه الفضائيات حضوراً واسعاً في العديد من دول العالم، فتشير الإحصاءات إلى أن أقمار الاتصال تبث إرسال أكثر من (140) قناة فضائية عربية، بعض هذه القنوات حكومية (رسمية) وبعضها الآخر خاصة (مفتوحة ومشفرة)، بعض القنوات الخاصة تبث برامجها من داخل الوطن العربي والأخرى من خارج حدوده.

وهذه القنوات متعددة الأغايات والأهداف، منها ذات البرامج المتنوعة أو ما يسمى عامة بـ "القنوات الجامعة" وهي الأكثر عدداً، ومنها قنوات متخصصة في مجال الأخبار والرياضة والثقافة والأفلام والمسلسلات والمرأة والطفل والتعليم [48].

ويغطي بث هذه القنوات أساساً الوطن العربي، وجزء كبير منها يغطي مناطق شاسعة من أوروبا، بينما يغطي عدد محدود منها أمريكا وأستراليا وإفريقيا وأمريكا الجنوبية وأجزاء من آسيا، وتبث هذه القنوات برامجها على أقمار عربسات (3A – 2B – 2A) في حين تبث باقي القنوات برامجها على أقمار النيل سات 101 (Nile Sat) وأنتل سات 750 (Intel Sat) وغيرها [49].

3-1 المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (منظمة عربسات) ARABSAT
A.S.C.O

أنشئت منظمة الاتصالات الفضائية العربية "عربسات" عام 1976 تحت رعاية جامعة الدول العربية والاتحاد العربي للاتصالات، بغرض تحسين الاتصالات في المنطقة العربية، وقد بدأت بالفعل نشاطها عام 1981 عندما تم توقيع عقد تركيب ثلاثة أقمار صناعية مع اتحاد الشركات الأوروبية والأمريكية، ولقد كان مقررًا إطلاق القمر الصناعي العربي الأول (عربسات 1) في شباط 1985، والقمر الصناعي العربي الثاني (عربسات 2) في أيار 1985 كما تم التعاقد مع إحدى الشركات اليابانية في كانون الثاني 1983 على تركيب شبكة أرضية للتحكم في الأقمار الصناعية عربسات (Ground Control Arab Satellite) والتي تتولى التحكم في عمل هذه الأقمار الصناعية ومراقبة صلاحيتها.

تضم "عربسات" الدول العربية كافة، ومقرها الرياض وتساهم الدول العربية جميعها في ميزانيتها البالغة 100 مليون دولار بأقساط غير متكافئة. وتمتاز عربسات بالعديد من الميزات منها:

- إمكانية البث التليفزيوني المباشر والقدرة على توزيع واسع المدى، فسعة كل قمر من أقمارها (خمس وعشرون) قناة قمرية يمكنها توفير خمس قنوات قمرية للتليفزيون المحلي والإقليمي فضلاً عن قناة واحدة غزيرة الإشعاع (القناة الجماعية).
- تهدف عربسات إلى ربط الوطن العربي بشبكة فضائية موحدة تؤمن الاتصالات الإقليمية بين الأقطار العربية تليفزيونياً واستئجار قنوات قمرية لهذه الغاية.
- كما تقوم بمهمة الاتصال بين الوطن العربي والعالم وذلك من أجل المزيد من الفرص للتبادل الثقافي والعلمي والبرامجي ونقل المعلومات والتكنولوجيا

الحديثة إلى الوطن العربي ونشر وتعميم البرامج المختلفة للمناطق العربية النائية عنها بالذات وذلك بهدف خلق التوازن الفكري والحضاري بين المدن والأرياف ورفع الكفاءة العلمية والتعليمية والمستوى الثقافي وتقوية الروابط وإزالة الحواجز بين أبناء الأمة العربية.

- كما تهدف عريسات إلى تقديم خدمات عديدة في اتصالات الطوارئ وتتضمن السيطرة على الكوارث واتصالات الشرطة والمطافئ والتطبيب عن بعد وطباعة الصحف في أكثر من موقع وفي الوقت نفسه، فضلاً عن خدمات وكالات الأنباء.

وتقدم عريسات خدمات كبيرة في مجال التلفزيون على ثلاثة مستويات هي:

3 1 1 المستوى الوطني: يمكن توصيل البث المركزي إلى أية بقعة

ناحية بعيدة عن الشبكة المركزية بشرط توفير المحطات الأرضية المناسبة وبهذه الطريقة يمكن تلبية الاحتياجات التعليمية والإنمائية.

3 1 2 المستوى الثنائي أو شبه الإقليمي: يمكن أن تتفق دولتان أو

مجموعة من الدول في المنطقة العربية تتشابه احتياجاتها التعليمية والثقافية والإنمائية على القيام بجهد مشترك لإنتاج البرامج التي تلبي هذه الاحتياجات سواء للمناطق الحضرية أم المناطق النائية أم لكليهما معاً، ولا يشترط أن تكون هذه المجموعة من الدول متجاورة جغرافياً.

3 1 3 المستوى القومي: يمكن الوصول إلى نوعية معينة من البرامج

الثقافية أو التعليمية التي تلبي احتياجات الوطن العربي عن طريق بثها عبر عريسات لتصل إلى أي مكان يراد لها الوصول إليه.

أما فيما يخص أقمار عريسات فتتضمن جيلين من الأقمار:

- الجيل الأول : هو (عربسات - A1) والذي تم إطلاقه في 8 شباط 1985، و(عربسات - B1) الذي أطلق في 17 أيار من العام نفسه.
- الجيل الثاني : ويتضمن (عربسات - A2) الذي أطلق في 9 تموز 1996، و(عربسات - B3) وأطلق في 13 تشرين الثاني من العام نفسه.

لقد تم تصميم وتصنيع أقمار الجيل الثاني وفقاً لأحدث المستويات والمواصفات المتوافرة عالمياً لتواكب أحدث التقنيات في الأقمار العالمية العاملة في هذا المجال، بحيث تتمكن المنظومة الجديدة للاتصالات في عربسات من توفير (90) قناة قمرية مخصصة للاتصالات الفضائية والبث المرئي والإذاعي العربي [50].

3-2 سمات المحطات الفضائية العربية:

3-2-1 ارتفاع نسبة القنوات المتخصصة حيث تصل إلى (80%) من إجمالي القنوات الفضائية، بينما لا تتجاوز نسبة القنوات الشاملة ذات المضامين المتعددة إلى (20%).

والقنوات المتخصصة تقسم بدورها إلى:

- القنوات الفضائية الإخبارية: الرسمية منها والمستقلة، والتي تركز بشكل أساسي على البرامج الإخبارية والحوارية والوثائقية والثقافية أكثر من اهتمامها بالبرامج النوعية الأخرى، وهذه القنوات لا تتجاوز نسبتها (15%) من إجمالي القنوات المتخصصة.
- القنوات النوعية: إرشادية أو تعليمية، ومن ضمنها أيضاً قناة موجهة إلى المجتمع الإسرائيلي أنشأتها مصر مؤخراً، حيث تصل نسبة هذه القنوات إلى (17%) من إجمالي القنوات المتخصصة.

- القنوات الترفيهية: لبث الأفلام أو الأغنيات أو المسابقات الرياضية،

وتبلغ نسبتها (59%) من إجمالي القنوات المتخصصة.

3-2-2 ارتفاع نسبة القنوات غير المجانية (المشفرة) حيث بلغت هذه النسبة

(59%) من إجمالي القنوات، تنتزع على ثلاث شركات متخصصة في التلفزيون

المدفوع (أوربت، شوتايم، الشبكة الرقمية العربية للتوزيع والمعروفة بشبكة

الأوائل)، بينما القنوات المجانية لا تشكل سوى (41%) من إجمالي القنوات

الفضائية.

3-2-3 تأتي اللغة الإنكليزية - كلغة أساسية - في نسبة كبيرة من القنوات

الفضائية، حيث بلغت نسبة القنوات التي تبث بالإنكليزية (سواء منفردة أو مع

لغات أخرى) (51%)، في حين أن نسبة القنوات التي تبث بالعربية (سواء منفردة

أو مع لغة أخرى) (56%)، وهذه نسبة متدنية في حق اللغة العربية في خدمة

تلفزيونية موجهة إلى البلاد العربية بتقنية مملوكة عربياً (عريسات ونايلسات).

3-2-4 ومن حيث الملكية، استطاعت الدول والشركات الأجنبية الوصول إلى

الجمهور العربي من خلال القنوات الفضائية، حيث إن (42%) من هذه القنوات

هي في الواقع محطات أجنبية يتم نقلها على الشركات الثلاث للتلفزيون المدفوع،

وما تبقى (58%) محطات ذات ملكية عربية.

3-2-5 يعتمد أغلب القنوات الفضائية على الإنتاج المحلي للبرامج بنسبة تتراوح

بين (30% و 100%) من البرامج التي تبثها على قنواتها، أما بالنسبة للبرامج

المستوردة فنجد أن المحطات الفضائية العربية تستورد برامج عربية بنسبة تتراوح

بين (0.5%) و (55%)، في حين تتراوح نسبة البرامج الأجنبية المستوردة بين

(1%) و (65%) من البرامج التي تبثها تلك القنوات [51].

3-3 مهام الفضائيات العربية:

تعددت مهام الفضائيات العربية وتنوعت من خلال جهود منظمة عريسات، وأسفرت تلك الجهود في عمل الفضائيات العربية العامة والخاصة، وبمساهمة بعض خبراء الإعلام العربي في تحديد بعض نماذج تلك المهام، ويأتي في مقدمتها:

3 3 1 ضرورة إنتاج وعرض برامج عربية تسهم في عمليات التنمية وتدعيم الهوية الوطنية ورفع وتأثر التعليم.

3 3 2 توعية المشاهد العربي وتحصينه ضد المؤثرات الخارجية التي تستهدف قيمه وثقافته.

3 3 3 توظيف قنوات الاتصال الحديثة واستخدامها في برامج التوعية الثقافية والاجتماعية.

3 3 4 خلق مشاركة واسعة من خلال ربط المواطنين العرب داخل الوطن العربي وخارجه.

3 3 5 توعية الرأي العام العالمي بقضايا العرب والتحديات التي يواجهونها [52].

وفيما يلي نبذة عن بعض الفضائيات العربية:

الفضائية المصرية:

بدأت الفضائية المصرية الأولى عام 1990 في بث (13) ساعة يومياً على عريسات، تشمل الأخبار والرياضة والترفيه والبرامج الدينية والتعليمية والثقافية، وكان الاستقبال يغطي الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا وجزءاً من آسيا. اعتمدت في بداية عهدها تقديم برامج القنوات التقليدية الأولى والثانية وبعض الأفلام والمسلسلات القديمة المتوفرة ضمن مخزون اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، وفيما بعد اعتمدت على برامج القنوات الخمس العاملة في

التلفزيون المصري حتى الأسبوع الثاني من إرسالها في كانون الأول عام 1990 حيث ينضم إرسالها إلى إرسال القناة الأولى، وتندمج معها يومي الخميس والجمعة.

في عام 1994 تم إطلاق قناة النيل Nile TV لتبث إرسالها باللغتين الإنكليزية والفرنسية، ثم بدأ إرسال القناة الفضائية الثانية.

تمثل البرامج الثقافية الحصة الأكبر من برامج الفضائية المصرية، ثم البرامج الموجهة للشباب والطفل والمرأة والصحة في الترتيب الثاني.

تلفزيون الشرق الأوسط MBC:

هو أول شركة مستقلة تأسست بتمويل من رجال أعمال سعوديين منهم الأمير وليد الإبراهيمي عام 1991.

وقد بدأت منذ نشأتها تميل ميلاً واضحاً للنهج الغربي معلنة من خلال مديرتها التنفيذية عبد الله المصري أنها ستحاول أن تسعى للمصالحة في الشرق الأوسط، وأن تكون جسراً بين الشرق والغرب، وقد بدا ذلك واضحاً من سعيها إلى أن تكون الطبعة العربية للشبكات التلفزيونية الأمريكية، وقد بدأت هذه الشبكة ببرنامج عربي وآخر إنكليزي لمخاطبة عرب المهجر.

راديو وتلفزيون العرب ART:

في عام 1994 انفصل الشيخ صالح كامل رجل الأعمال السعودي عن (MBC)، وأنشأ راديو وتلفزيون العرب (ART) ومقره جزر الكايمان، وجعل مركز الإرسال الرئيسي في القاهرة، ويرسل حالياً على مدار الساعة على سبع قنوات منها ست قنوات مشفرة، ولا يوجد في باقة (ART) أي محطة إخبارية، لكنها ضمت محطة حوارية ذات طابع إسلامي هي قناة (إقرأ).

وفي عام 1994 أيضاً انضمت إلى هذه القنوات شبكة جديدة حملت اسم (Orbit) برأسمال سعودي، وتتكون من باقة بها 16 قناة تشمل قناتين مصريتين، بالإضافة إلى عدد من قنوات الأخبار الأمريكية، من بينها قناة "فوكس FOX" الإخبارية التي يرى البعض أنها أكثر المحطات كراهية للعرب وانحيازاً لإسرائيل بحكم أن صاحبها روبرت مردوخ هو رجل الأعمال اليهودي المعروف بانحيازه لإسرائيل.

وشبكة (ART) تشترك مع مجموعة (الأوائل) وتبث برامجها عن طريق مجموعة قنوات متخصصة بالرياضة والموسيقى والأفلام والأطفال، منها قناة أمريكا (إيكورستار 1) وقناة إفريقيا (بانام سات-4)، وقناة أستراليا، والقناة الفضائية الفرنسية المشتركة.

ويحسب لـ "ART" نجاح محطاتها الرياضية، وبرنامج "لا أرى... لا أسمع... لا أتكلم"، وبرنامج "القضية لم تحسم بعد".

شبكة أوربت Orbit:

وتعد واحدة من أضخم شبكات الراديو والتلفزيون خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وقد أنشأتها شركة (أوربت - كوميونيكيشن)، وتخصص الشبكة جميع خدماتها للمنطقة العربية.

وشبكة (أوربت Orbit) عربية المنشأ، وهي عضو في مجموعة شركات "الموارد" السعودية، وتبث خدماتها من روما على القمر الصناعي العربي ليصل إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

الفضائية السورية:

بدأت الفضائية السورية بثها التجريبي في 17 تموز 1995 عبر القمر الصناعي (عربسات 2) وغطت العالم العربي وجنوب أوروبا وجنوب تركيا وغرب إيران، واستطاعت في عام 1996 تغطية كامل أوروبا.

وبأتى في طليعة أهداف هذه القناة رفع مستوى الوعي العربي والدولي للقضايا الوطنية، والمشاركة في حل المسائل الاجتماعية والاقتصادية للمواطن العربي، ثم تقديم صورة عن حضارة سوريا بوصفها ملتقى الحضارات عبر برامج عن المواقع الأثرية والمناطق السياحية مركزة من خلالها على أهميتها التاريخية. ومن أهدافها أيضاً المساهمة في ترسيخ علاقات التعاون مع الأقطار العربية بتقديم برامج ثقافية وفكرية عن إنتاجات وإبداعات العرب، وتنمية التبادل الإعلامي مع الدول العربية عبر إقامة برامج عربية مشتركة ودورات تأهيلية وتدريبية لرجال الإعلام العرب في الأقطار العربية المختلفة.

تركز الفضائية السورية في العديد من برامجها على بث الروح القومية لدى المواطن العربي والتعريف بالقضايا العربية والتركيز على التضامن العربي والرد على الغزو الثقافي الأجنبي.

تنبث الفضائية السورية برامج سياسية واقتصادية وسياحية ورياضية بالإضافة إلى البرامج المتنوعة التي تعبر عن الهوية العربية وتعكس ثقافة المجتمع العربي وقيمه وحضارته.

الشبكة اللبنانية للإرسال LBC:

بدأت بثها في آذار عام 1996، تهدف إلى جذب أكبر عدد من المشاهدين العرب في جميع المناطق والأماكن التي يوجد فيها المواطنون العرب وإحاطة المتلقي بالمعلومات وغرس القيم في وجدانه وتنمية الذوق والإبداع الحضاري.

تقدم مجموعة من البرامج المحلية - العربية - المدبلجة بالإضافة إلى الأفلام الأجنبية والمسرحيات العربية.

وفي استطلاع للرأي أجرته مجلة "فوربس" العربية اتضح أن محطتي "LBC" و "المستقبل" أكثر المحطات العربية مشاهدة وجاذبية للإعلان.

قناة الجزيرة:

وهي أول قناة فضائية عربية مستقلة متخصصة في تقديم الأخبار والبرامج الإخبارية، بدأت إرسالها في 1996، وجاء كواردها من مجموعة إعلامية عربية على مستوى مهني كانت تدير قناة ال بي بي سي (BBC) العربية في شبكة أوربت (Orbit)، واكتسبوا خبرات خلال احتكاكهم بالخبراء الأجانب، لكن اللافت هو أن محطة الجزيرة مثلت تحولاً مهماً في الإعلام العربي بصفة عامة بسبب شجاعتها في طرح الأفكار، واختيار الضيوف، وإعطاء مساحات لمنظمات وأشخاص مهمة لكنها كانت محرومة من الإعلام الضخم، فظهرت برامج حوارية جريئة وصاخبة مثل: الاتجاه المعاكس، وأكثر من رأي، وشهادات حية لمسؤولين عرب سابقين، وفتحت ملفات كانت مغلقة، مثل: ملف الحرب اللبنانية وملف الأسرى المصريين، والقيام بزيارة المعتقلين العرب في غوانتانامو.

استحوذ النزاع الفلسطيني على ما بين ربع إلى ثلث مجموع برامج "الجزيرة" الحوارية كل سنة ما بين 1999 و 2002، وفي 2003 استغرق الوضع في العراق نسبة (44%) من مادة برامج الحوار.

استطاعت "الجزيرة" خلال فترة وجيزة أن تحتل مكاناً متميزاً على خارطة الإعلام الدولي، وحققت لنفسها حضوراً واسعاً على الصعيد العربي والعالمي، وباتت تتنافس بشكل كبير كبريات المحطات الفضائية العالمية مثل شبكة (CNN) الأمريكية و (BBC) الإنكليزية بالرغم من بث برامجها باللغة العربية.

وكونت لها اسماً معروفاً من خلال تغطية حرب أفغانستان والعراق. تلقى التغطية الإخبارية للجزيرة اهتماماً كبيراً في الغرب، لدرجة أن الصحف الغربية مثل "الديلي ستار" البريطانية العالمية وغيرها اعترفت بأن الجزيرة تغطي الأحداث بموضوعية أكثر من القنوات الإخبارية العالمية مثل (CNN) و (BBC) وفوكس.

باختصار شكلت هذه المحطة نقلة في الإعلام العربي، وظهرت آثار هذه المحطة وغيرها، لا سيما بعد انضمام محطات أخرى وبخاصة أبو ظبي والمنار و LBC والمستقبل إلى المنهج نفسه، مع اختلاف الدرجات والاهتمام والخلفية السياسية والإيديولوجية لكل محطة، وأخيراً ظهرت محطة "العربية" عام 2003 كمنافس إخباري يتسم بقدر من الهدوء لتضيف إلى الإعلام العربي رافداً جديداً، ومساحة أوسع للجدل بين الأفكار والتيارات.

قناة دبي:

بدأت إرسالها الفضائي المنتظم في تشرين الأول 1992، وكانت أول قناة فضائية عربية تبث برامجها على مدار (24) ساعة يومياً، استطاعت أن تبني لنفسها سمعة جيدة في منطقة الشرق الأوسط نتيجة لتميز برامجها تسعى القناة إلى أن تكون قناة كل العرب، تطرح قضاياهم واهتماماتهم، وتتواصل معهم، وتقدم لهم الثقافة والخدمة والترفيه والدراما والمسلسلات بالإضافة إلى الأفلام العربية والأجنبية والمسرحيات والبرامج الثقافية والترفيهية، كما تقدم البرامج الثقافية والدينية والتربوية وتغطي الأحداث الرياضية [53].

3-4 إيجابيات الفضائيات العربية وسلبياتها:

تستحق الفضائيات العربية الرصد والتحليل بعد انقضاء أعوام لا بأس بعدها من بدء الإعلام الفضائي العربي، نحاول من خلال هذا التحليل تقويم

الدور المفترض أن تلعبه هذه الفضائيات في مواجهة تحديات العولمة الإعلامية، ومحاولات التعقيم الإخباري التي حاولت وتحاول الدول الغربية وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية فرضها أو إسدالها لتشكيل الرأي العام العربي والدولي بما يخدم مصالحها وتطلعاتها.

أسئلة كثيرة نحاول الإجابة عليها بهذا الخصوص:

- ماذا حققت الفضائيات العربية الإخبارية للإنسان العربي؟ هل كانت وضعت في قلب الأحداث وتمكنت من اختراق حواجز احتكار الإعلام الغربي، وحققت لنفسها حضوراً قوياً على خريطة الإعلام الدولي؟.
 - هل استطاعت توعية المشاهد العربي وتحصينه ضد المؤثرات الخارجية التي تستهدف قيمه وثقافته؟.
 - هل استطاعت التأثير في الرأي العام الدولي تجاه الأحداث الساخنة التي عاشتها المنطقة العربية في الآونة الأخيرة؟.
 - هل ربطت المواطن العربي في المهجر البعيدة بالوطن الأم؟.
 - هل اقتربت هذه الفضائيات من قضايا المجتمع العربي، وكذلك المجتمع الدولي، وحاولت تقريب وجهات النظر في إطار ما يسمى "حوار الحضارات" كبديل لما يروجه آخرون حول "صدام الحضارات"؟.
 - وأخيراً، هل ساهمت في نقل خطاب إعلامي موحد إلى الرأي العام في خارج حدود الوطن العربي تجاه القضايا العربية الحاسمة؟.
- في الواقع لا يمكننا الحديث عن الدول العربية بوصفها مصدراً للقنوات الفضائية بشكل فاعل ومؤثر، فرغم عشرات القنوات الفضائية العربية انطلقت منذ عام 1990، إلا أن معظم هذه القنوات ترجمت مجرد تواجد عربي على الساحة الفضائية ليس إلا.

فالمتابع للقنوات الفضائية العربية - على اختلاف توجهاتها - لا يجد فلسفة محددة تحكم أداء عملها أو أهدافاً استراتيجية تسعى لتحقيقها، بل أصبح من عاداتها أن يقلد بعضها بعضاً، إذ تتجه بعض هذه القنوات إلى إنتاج وإعداد برامج تشبه البرامج التي تبث في قناة أخرى، والتي تلقى رواجاً واسعاً بين أوساط المشاهدين، مما أدى إلى فقدان بعض الفضائيات العربية لخصوصيتها، خاصة أن هذا التقليد اتجه إلى محاكاة بعض القنوات الأجنبية في إعداد وتقديم البرامج التي لا تعبر عن هويتها ولا تعكس ثقافة المجتمعات التي تمثلها[54].

3-4-1 سلبات الفضائيات العربية:

من هنا يمكن بلورة ملامح أزمة الإعلام الفضائي العربي في أبعادها الثقافية والحضارية في المؤشرات التالية:

أولاً: إن القنوات الفضائية الإعلامية في إطار سعيها للبقاء والمنافسة وجذب الأنظار وقعت في فخ التغريب واستنساخ البرامج الغربية بكل ما تحمله من قيم خارجة عن نسق منظومة القيم الأصيلة للثقافة العربية، ورغم كل ما زعمته هذه القنوات من قيامها بمحاولة "تبيئة" تلك البرامج بما يتسق والقيم الثقافية العربية، إلا أن الممارسات الواقعية في تلك البرامج قد دحضت تلك الادعاءات، وقد أثارت الممارسة الخارجة عن الآداب الشرقية (وخاصة برامج التصوير الواقعي) استياء المجتمع العربي الذي يتسم بالقيم المحافظة وغضبه، على نحو يتناقض مع ما هو سائد في هذا المجال في الثقافة والحضارة العربية.

ومن هنا، فإن ممارسات هذه القنوات الفضائية وبرامجها إنما تعمل على تشجيع الغزو الثقافي الغربي للمجتمعات العربية، والذي يستهدف بالأساس الشبان العرب الذين يتسمون بضعف خبراتهم المعرفية والحياتية، وضحالة

تكوينهم الثقافي، مما يجعلهم نهياً للتأثير فيهم بالمغريات المادية التي تخاطب الغرائز الجسدية والحسية كما هو رائج في الخطاب الثقافي الغربي.

ثانياً: إن القنوات الفضائية العربية عبر تركيزها على البرامج الترفيهية والمنوعات والأغاني وخاصة موجة أغاني الفيديو كليب، إنما تعمل على نشر الثقافة الاستهلاكية وإشاعة التسطيح في صفوف الشباب العربي بما يترجم الأهداف التي تتوخاها العولمة الثقافية أو الأمركة الرامية إلى نشر ثقافة الاستهلاك الأمريكية على نطاق عالمي، بحيث يتم إيجاد أجيال مستهلكة للمنتجات الأمريكية، ويصبح الشباب العربي مولعاً بتقليد أنماط الحياة الاستهلاكية الغربية، وميلاً للأخذ بنماذج السلوك السائدة في الثقافة الغربية بما فيها من انحلال أخلاقي وتركيز على القيم المادية والانتهازية والفردية بعيداً عن منظومة الأخلاق والمبادئ والقيم العربية الأصيلة.

ثالثاً: إن هذه النوعية من البرامج الاستهلاكية والترفيهية التي تنتبها الفضائيات العربية تعمل على خلق أجيال مولعة بثقافة الصورة والإبهار الإعلامي والأضواء الفنية، فلا تهتم بالقضايا الكبرى للأمة مثل تحرير فلسطين والنهضة الحضارية العربية لقهر التخلف الحضاري الذي كرسه الاستعمار الغربي، والعمل على تجاوز التبعية الثقافية والحضارية والإنتاجية للغرب الصناعي، والإيمان بوحدة الأمة وغيرها من القضايا المصيرية.

رابعاً: إن المشاهد العربي أصبح محاصراً بين فكي كمامة بين سندان برامج الإثارة السياسية التي تقدمها القنوات الإخبارية والتي تحاول الحفاظ على قدرٍ من الوهج الإعلامي والسياسي لشد المشاهد العربي إليها، والبقاء في حلبة المنافسة الإخبارية من ناحية، وبين مطرقة برامج الإثارة الغرائزية أو الجسدية التي تقدمها قنوات المنوعات الفضائية وما تحفل به برامجه من أغاني الفيديو

كليب، والمحصلة النهائية لهذه الإثارة السياسية والغرائزية هي تشويش العقل العربي وإلهائه، وإبعاده عن منابع التنقيف الفكري الرصين والتي تتمثل أساساً في القراءة والكتب.

خامساً: إن الإعلام الفضائي العربي يعاني من أزمة هوية حادة في ظل العولمة الإعلامية بسبب استناد ثقافة العاملين فيه إلى معايير وقيم غربية لا صلة لها بالثقافة العربية، ولا تراعي خصوصيات الثقافة الوطنية للشعوب العربية، ودخول مستثمرين عرب في هذا المجال همهم الأول تحقيق فوائد تجارية ربحية دون اعتبار للجانب المعنوي، فبعض الفضائيات العربية تعمل حالياً وفق استراتيجية تسويقية تغفل الجانب التنقيفي والتوجيهي، ولا تمتنع عن الاصطباغ بأي توجهات فكرية أو سياسية لضمان جذب الجمهور والمعلنين وعدم التعرض للنفوذ الرقابي السياسي والسلطوي.

وفي وسط هذه المحطات الفضائية العربية "المتخبطة" برزت مجموعة من المحطات الإخبارية، استطاعت خلال فترة وجيزة نسبياً أن تحدث نقلة نوعية في الإعلام العربي، وأن تقفز إلى قمة هرم الإعلام الدولي، وتتنافس كبريات المحطات الإخبارية العالمية.

3-4-2 ومن أبرز إيجابيات هذه المحطات:

أولاً: ساهمت بعض المحطات الفضائية العربية في تأسيس بنية تحتية لصناعة إعلامية عربية يمكن استثمارها في بعث نوع جديد من الهوية العربية خلال السنوات القادمة، وصياغة فلسفة إعلامية تنبثق من عقيدة الأمة العربية وفكرها وقيمها، وتراعي خصوصياتها وتلبي تطلعاتها المستقبلية.

ثانياً: اتسمت بعض الفضائيات العربية بالقدرة على اختراق حواجز احتكار الإعلام الغربي لتغطيات الأحداث الساخنة والمهمة كالحروب، وصار هناك مراسلون عرب في مواقع الأحداث، وخاصة حربي أفغانستان والعراق.

فعلى الصعيد العربي استطاعت قناة "الجزيرة" الفضائية أن تفرض نفسها على المشاهد العربي، وتقدمت خلال مدة العدوان العسكري الأمريكي على أفغانستان في عام 2001 من نقل وقائع القصف الأمريكي مباشرة، وعلى الهواء أولاً بأول مثلما احتكرت شبكة (CNN) الأمريكية نقل وقائع الحرب على العراق في عام 1991، وهي المرة الأولى التي يتم فيها نقل مجريات حرب في الوطن العربي على قناة تليفزيونية في بث حي ومباشر.

في حين اتسمت التغطية الإعلامية للحرب الأخيرة التي قادتها الولايات المتحدة الأمريكية لاحتلال العراق في عام 2003، بكثافة غير معتادة وتدفق غير مسبوق للأخبار والتقارير والتعليقات والصور، وظهور تكنولوجيا متطورة جعلت منها حدثاً بصرياً وتكنولوجياً استثنائياً.

وظهر في هذه الحرب للمرة الأولى تميز إعلامي فضائي عربي مستقل عن التغطية الأمريكية، وأعطت الفضائيات العربية منظوراً مختلفاً، وظهرت الفضائيات الأمريكية وقد غرقت في "العسكرة" والخضوع للمؤسسة السياسية.

وظهر أيضاً تضارب واختلاف كبير في الأخبار، وأرسلت الفضائيات العربية مراسليها الخاصين بها إلى الجهات والمناطق المختلفة، وهذه سابقة جعلت الإعلام الفضائي العربي لأول مرة مصدراً مهماً للأخبار ليس إقليمياً وحسب بل عالمياً أيضاً [55].

وعلى هذا الصعيد، انفردت بعض الفضائيات العربية في الوصول إلى مواقع المعارك وتغطية أحداث الحرب، ومن هذه الفضائيات: (الجزيرة والعربية وأبو ظبي) بل سبقت في بعض الأحيان الكثير من القنوات الأجنبية في الوصول إلى نقل وقائع ومجريات الحرب، وتناقلت عنها بعض القنوات الأجنبية لقطات انفردت بها هذه القنوات، فقد كان لافتاً أن الشعار الخاص بالجزيرة يظهر على شاشات (CNN) و (NBC)، كما ظهر شعار (أبو ظبي) مرات عديدة على شاشة القناة الخامسة الفرنسية (TV5).

ولهذا فقد خلقت الحرب العسكرية في العراق حرباً موازية لها من نوع آخر، وهي "حرب إعلامية" بين القنوات الفضائية، تسمى اصطلاحاً بـ "حرب اللقطات الحصرية الخاصة Exclusive"، وشكلت منعطفاً مهماً للإعلام العربي والمراسلين العرب [56].

ثالثاً: أثبتت معظم الدراسات الحديثة انصراف المشاهد العربي عن وسائل الإعلام الأمريكية والغربية، وبخاصة في عصر انتشرت فيه الفضائيات العربية التي استطاعت أن تستحوذ على الغالبية العظمى من المشاهدين، وساهمت في تشكيل رأي عام عربي يقوم على حرية التفكير وإبداء الرأي في القضايا التي تهم المواطن العربي.

ولعل أنصع دليل على هذا، أن محطات التليفزيون الغربية الموجهة إلى العرب، فقدت شعبيتها إلى حد كبير منذ ظهور محطات فضائية عربية جريئة سحبت البساط تماماً من تحت أقدام أعرق وأشهر المحطات الفضائية مثل محطة (CNN) الأمريكية التي كانت قد استقرت في الغرب وعند صناع القرار وأصحاب المصالح المادية الكبرى في العالم باعتبارها أهم مصدر إخباري مباشر في العالم،

فإنها ما لبثت أن فقدت بريقها في العالم العربي بعد انتهاء حرب عاصفة الصحراء [57].

وبالعودة مجدداً إلى الحرب الأنكلو-أمريكية على العراق، والتي كانت الولادة الحقيقية للعديد من المحطات الإخبارية العربية، نجد أن مخططي الحرب وضعوا استراتيجية إعلامية تشمل وسائط حديثة ومعقدة للهيمنة على وسائل الإعلام العالمية، وذلك بالتحكم في نمط الأخبار حول مسيرة العمليات العسكرية، فقد سمحوا لحوالي ثلاثة آلاف من الإعلاميين الدوليين بالتواجد تحت مظلتهم في الكويت وقطر بشكل خاص، من بينهم خمسمئة مراسل مزروعون ضمن الوحدات العسكرية في كافة أنحاء العراق يعتمدون على مراكز القيادة الأمريكية للحصول على المعلومات، وهي معلومات -بدون شك- محسوبة ومدروسة بدقة، ولكن كانت الثغرة الخطيرة في هذه الاستراتيجية، وجود محطات عربية عديدة تعمل خارج سيطرة القوات الأمريكية، ولا تخضع لمقاييسهم أو ضغوطهم مثل محطة (الجزيرة) وقناة (أبو ظبي) وقناة (العربية) ومحطة (المنار)، حيث نقلت للعالم العربي صوراً مختلفة تماماً عما تبثه القنوات الغربية التي التزمت بحالة مخجلة من الرقابة الذاتية التي أثرت كثيراً في مصداقيتها.

وما محاولة الولايات المتحدة الأمريكية إطلاق العديد من الإذاعات الناطقة باللغة العربية والموجهة إلى المنطقة العربية في السنوات الأخيرة، إلا دليل على فشل الإعلام الأمريكي في فرض تفوقه على الفضائيات العربية المنافسة.

وفي هذا السياق اعترف "نورمان باينز" المدير التنفيذي لـ "ويسن وان" التي تعتبر أكبر شبكة إذاعية في الولايات المتحدة، اعترف أن فضائية (الحرّة) ستتواجد في كل مكان تتواجد فيه (قناة الجزيرة).

رابعاً: ومن التغيرات الجوهرية التي حدثت في عصر السماوات العربية المفتوحة أن وسائل الاتصال لم تعد تعمل في اتجاه واحد، من الحكومة إلى الشعب، بل أصبحت تعمل أيضاً في الاتجاه المعاكس، فقد ظهر ذلك جلياً عندما أدت التغطية الإعلامية الواسعة لانتفاضة الأقصى الثانية بما حملته من مظاهر الوحشية الإسرائيلية في قتل الأطفال العزل مثل "محمد الدرة"، والتي أشعلت مشاعر الجماهير العربية التي خرجت تعلن غضبها ليس فقط على إسرائيل، بل أيضاً على سلبية بعض النظم العربية، أدت إلى الضغط على هذه النظم لاتخاذ إجراءات من بينها سحب السفير المصري من تل أبيب، وتجميد نشاط المكاتب الإسرائيلية في دول المغرب العربي وسلطنة عمان وقطر حتى وإن كان ذلك لفترة مؤقتة، لكن الأمر المؤكد هو أن الفضائيات العربية استطاعت أن تنقل صور التظاهرات الشعبية من المحيط إلى الخليج، وهي صور ضاغطة على صاحب القرار ليس فقط في المحيط العربي بل أيضاً في المحيط الدولي.

خامساً: تعميم المعلومات، فقد ساهم العديد من المحطات الإخبارية العربية في "تعميم المعلومات" عندما قدمت الرأي الآخر والفكر العربي الآخر، وساهمت في إيجاد حالة من الجدل المفيد بين التيارات الفكرية الرئيسية في الأمة.

سادساً: المشاركة الشعبية، فقد سعت المحطات الإخبارية العربية إلى إشراك المشاهدين في الحوار على الهواء مباشرة، مما أتاح درجة من "الحياة" والمصادقية للرأي العام.

ويمكن القول إن المشاركة الشعبية في الفضائيات اتخذت أشكالاً عدة منها:

أ: أسلوب المشاركة المباشرة عن طريق الاتصال الهاتفي أو عن طريق الفاكس والانترنت.

ب: الاستفتاءات التي قامت بها بعض المحطات الفضائية لرصد اتجاهات الرأي العام في شأن القضايا المختلفة، وبخاصة في أوقات الأزمات أو حتى في الإشكاليات الفكرية.

سابعاً: استطاعت الفضائيات العربية بدرجة أو بأخرى أن تساهم في ربط المواطن العربي في المهاجر البعيدة في أستراليا وكندا والدول الاسكندنافية وأميركا بالوطن الأم، من خلال وسائل إعلامية تصل إلى المهاجرين العرب، وتحرضهم على التحرك لمناصرة القضايا القومية، من خلال أشكال الدعم والتبرع المعروف، وكان ذلك صعباً في مرحلة ما قبل الفضائيات، باعتبار أن الصحف العربية لم تكن تصل إلى هذه الدول، وإن وصلت فهي بكميات قليلة لا تغطي سوى العاصمة، بينما المهاجرون العرب يميلون عادة إلى العمل والإقامة خارج المدن الكبرى.

وبرز في هذا المجال برنامج "صباح الخير يا عرب" الذي تنتجه محطة (ART) وتداول فيه المهاجرين العرب في كل الامور.

ثامناً: يتمتع اليوم العديد من القنوات الفضائية العربية بخصوصية معينة، تركت بصماتها الواضحة على نوعية المادة التي تقدمها، وعلى طريقة تقديم هذه المادة، وسرعان ما استطاعت أن تمتلك لغة تعبيرية خاصة بها تشمل نوعية المادة، وكيفية معالجتها وعناصر التجسيد الفني المستخدم في تقديمها وحقق هذا بسرعة، وقد وطدت نفسها كأوسع وأهم وسيلة اتصال جماهيري [59].

بل استطاعت أن تقدم أساليب جديدة على صعيد تقنيات العمل الإعلامي هي:

أ- ترتيب الأخبار حسب أهميتها وتأثيرها في المواطن العربي.

ب- استضافة شخصيات سياسية وإعلامية للتعليق على خبر أو تحليله من وجهة نظرها بغض النظر عما إذا كان هذا الرأي يتفق مع الخط السياسي للمحطة ومموليها أو لا.

ج- جرى تطوير أسلوب البرامج الحوارية لكي تجمع في الحلقة الواحدة أكثر من رأي، فظهرت برامج متميزة من نوع "بدون رقابة" و "الرأي والرأي الثالث" و "الظل الأحمر" و "مساحة اتفاق" في التلفزيون المصري، وأمثلة أخرى كثيرة في عدة محطات عربية، وبهذا فتحت هذه المحطات نوافذ للحوار ما كان لها أن تفتح لولا التدفق الفضائي.

د- بعض الفضائيات العربية قدمت الأخبار بشكل جيد بعيداً عن النمطية التي عرف بها الإعلام العربي المحلي [60].

أما عن الأسباب التي أدت إلى حدوث هذه الفقرة النوعية في الأداء الإعلامي لبعض الفضائيات العربية فيمكن إيجازها بـ:

-انفتاح الاتصال بين الدول والمناطق في ظل التطورات التقنية، بما في ذلك البث المباشر عبر الأقمار الصناعية مما وسع قاعدة الإعلام المرئي وجعله في متناول أكبر عدد من المشاهدين وجعله أكثر تأثيراً.

-توفير تقنيات متطورة للتواصل مع المراسلين مثل الهواتف المحمولة التي تعمل بوساطة الأقمار الصناعية.

-زيادة الطلب على الأخبار لدى المشاهد العربي، والحاجة العربية الملحة لتغطية إعلامية عربية لحروب تدور رحاها في دول عربية من منظور عربي.

-الإمكانات المالية والتقنية التي أتيحت للفضائيات العربية.

-ترسيخ تقاليد إعلامية جديدة، والشعور العربي المتنامي بعدائية الفضائيات الغربية، مما جعل الفضائيات العربية إعلاماً بديلاً.

3-5 استراتيجية التحدي:

وبالرغم من الإيجابيات السابق ذكرها للقنوات الفضائية العربية إلا أنها لم تسخر إمكاناتها للمساهمة في إرسال خطاب إعلامي موحد ونقله إلى الرأي العام في خارج حدود الوطن العربي، خطاب يتبنى وجهة نظر عربية، تساهم مساهمة إيجابية في الحد من تحديات اختراق المواطن العربي من خلال قنوات البث الأجنبية الوافدة، وذلك بسبب اختلاف التوجهات ووجهات النظر السياسية لكل فضائية من الفضائيات العربية التي تعكس وجهة نظر الحكومات المرسله منها أو من يمولها.

ومن هنا، تأتي الأهمية البالغة لتطوير الخطاب الإعلامي الفضائي العربي لمواجهة تحديات الغزو الثقافي والإعلامي الغربي والأمريكي خاصة، واعتماد أساليب إعلامية بعيدة عن تقليد البرامج الغربية واستنساخها والاتجاه لإيجاد بدائل إعلامية عربية أصيلة نابغة من داخل قيم الثقافة العربية ومبادئها ومعبرة عن قيم وتقاليد مجتمعاتنا بحيث يصبح الإعلام الفضائي سلاحاً للدفاع

عن مقومات هذه الأمة وقيمها وليس أداة من أدوات الترويج لقيم الثقافات الأخرى أو هدم مقومات ثقافتنا العربية الأصيلة [61].

ويتأتى هذا عن طريق:

1 -وضع استراتيجية إعلامية وتربوية شاملة ومنسجمة والتخطيط لتطبيقها من أجل الحد من مساوئ الإهمال والارتجال ومواجهة الغزو الثقافي والإعلامي الذي يحمل في طياته عوامل فسخ حضارتنا وذاتيتنا.

2 -تقوية الأرضية الصلبة في نفوس أطفالنا وشبابنا وذلك بملء فراغ تكوينهم بأكثر ما يمكن من مبادئ ومعلومات عن هويتنا الخالصة وغرس الإيمان في نفوسهم بهذه القيم والأخلاق العربية الفاضلة، وظهور الآباء والمربين والمسؤولين بمظهر القدوة والمثل الصالح.

3 -العمل على توجيه الإعلام المستورد باختيار ما هو صالح منه ومقاومة ما يكتنفه من ضرر تربوي أو أخلاقي.

4 -التعاون والتنسيق بين الدول العربية للنهوض بمسؤولياتها الجسام في هذا المجال [62].

ونأمل أخيراً أن يكون البث الفضائي الوافد وتحدياته الثقافية في قمة سلم أولويات أجندة الاجتماعات القادمة لوزراء الإعلام العرب، بهدف وضع ضوابط للحد من ظاهرة "الانفلات الإعلامي الراهن" وبلورة سياسات إعلامية عربية مشتركة لمواجهة تحديات الغزو الثقافي والإعلامي العربي في عصر السماوات المفتوحة والبث التليفزيوني الفضائي.

مصادر الفصل السابع

- 1 - الطيب الجويلي. البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي، بيروت: دار المسيرة، 1991، ص 17.
- 2 - عبد الملك ردمان الدناني. الإعلام العربي وتحديات العولمة الإعلامية: دراسة في أنموذج البث الفضائي، بغداد: مجلس المعهد العالي للدراسات السياسية الدولية في الجامعة المستنصرية، 2004، ص 156.
- 3 - فاروق سيد حسين. الاتصالات عبر الأقمار الصناعية، بيروت: دار الراتب الجامعية، (د.ت)، ص 7.
- 4 - عبد العزيز شرف. الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر، 2000، ص ص 65، 62.
- 5 - بارعة شقير وسميرة شيخاني. تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دمشق: جامعة دمشق، 2005، ص 102.
- 6 - فارس أشنتي. الإعلام العالمي: مؤسساته، طريقة عمله وقضاياها، بيروت: دار أمواج، 1996، ص 15.
- 7- Leslie A. Coffee. Fiber Optics and Swithed Brood Band New Communication Technology Update/ Edited 7 works; IN: by August E. Grant.- 4th. ed.- Boston: fokal press, 1995.
- 8 - فولفكانك نيلوتسيل. خدمات عصر الإعلام: وكالات الأنباء في التسعينيات، ترجمة دار النشر، (د.ت)، ص 114.
- 9- Christopher, Paterson. Satellites; IN; Communication Technology update / edited by August E. Grant.- Boston: focal press, 4th. ed 1995.

- 10 - محمد حمدي. الإعلام والمعلومات: دراسة في التوثيق الإعلامي، الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، 1995، ص ص 28-29.
- 11 - حسن شامي. وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1994، ص 162.
- 12 - عبد الجليل الكاظم الدالي. جدلية العولمة بين الاختيار والرفض، المستقبل العربي، ع 275، بيروت، كانون الثاني / يناير 2002، ص 58.
- 13- Grant August E. The Umbrella Paespective on Communication Technology; IN Communication Technology update/edited by August E. Grant.- 4t h. ed.- Boston: focal press,1995.
- 14- Matasha E. Ronczek. Interactive Television; IN: Communication Technology update/edited by August E. Grant.- 4th. ed.- Boston: focal press, 1995.
- 15- Loy A. Singleton. Telecommunication in The Information Age.- Cambridge; Massachusette: Ballinger Publishing Company, 2nd. ed., 1996.
- 16- Safowan Natangara. Impact of Satellite Broadcasting on Media Environment, Media Asia, vol. 22, No.3, 1995.
- 17- www.chez.com/elyahyauiy/lalla.htm
- 18 - رضا النجار. التلفزيون العربي: مقترحات للمستقبل، مجلة الإذاعات العربية، ع 1، 1990، ص ص 64، 65.
- محمود علم الدين. تكنولوجيا الاتصال في التسعينيات: التطورات الراهنة والتأثيرات الاتصالية، مجلة البحوث الإعلامية، يوليو 1994، ص ص 11، 12.
- 19 -المصدر السابق نفسه، ص ص 41-43.

- 20 -رأسم محمد الجمال. الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط 2، 2001، ص277.
- 21 -عبد الملك ردمان الدناني. مصدر سابق، ص163.
- 22 -فاروق أبو زيد. انهيار النظام الإعلامي الدولي، القاهرة: أخبار اليوم، 1991، ص120.
- 23 -حسن عماد مكاوي. تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1993، ص113.
- 24 -الطيب الجويلي. البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي، بيروت: دار المسيرة، 1991، ص165 وما بعدها.
- 25 -ماجي الحلواني. القمر الصناعي الإسلامي: تحد حضاري وضرورة عصرية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، (د.ت)، ص20.
- 26- www.kalema.net/artiches/39-10.htm
- 27 -سعود ضاهر. مجابهة الغزو الثقافي الإمبريالي الصهيوني للمشرق العربي، سلسلة مواجهة الغزو الثقافي، منشورات المجلس القومي للثقافة العربية، الرباط، ص65.
- 28 -جيهان رشتي. الآثار الثقافية عبر الأقمار الصناعية، مجلة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، عدد مايو/أيار، ص185.
- 29 -سيرج لاتوش. تغريب العالم، ترجمة خليل كلنت، كتاب العالم الثالث، القاهرة: دار العالم الثالث، 1992، ص30.
- 30 -فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص119.
- 31 -ألقت حسن آغا. النظام الإعلامي الدولي الأوربي في عالم متغير، مجلة السياسة الدولية، ع109، القاهرة، 1992، ص30.

- 32 -محمود علم الدين. ثورة المعلومات ووسائل الاتصال: التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال "دراسة وصفية"، مجلة السياسة الدولية، يناير، 1996، ص110.
- 33 -عبد الملك ردمان الدناني. مصدر سابق، ص119.
- 34 -فاروق أبو زيد. مصدر سابق، ص119.
- 35 -المصدر السابق نفسه، ص118.
- 36 -برهان غليون وسمير أمين. ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، دمشق: دار الفكر، 1999، ص ص16-17.
- عبد الغني البابلي. الإعلام العربي: سيطرة تدميرية، مجلة نوافذ، ع35، صنعاء، نيسان 2001، ص29.
- 37 -ميشل كولون. احذروا الإعلام، ترجمة: د. ناصرة السعدون، بغداد: مركز أم المعمار، ص79.
- 38 -ماريو فرجاس للوسا. معركة ثقافية، مجلة رسالة اليونسكو، عدد خاص (وسائل الإعلام: سبل التواصل إلى حرية الإعلام)، القاهرة، سبتمبر 1990.
- 39 -سمعن بشور. رؤية في الواقع العربي الراهن، عمان: مكتبة شومان، 1999، ص ص33-34.
- 40 -دوغلاس كيلز. الحرب التلفزيونية، ترجمة ناصرة السعدون، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998، ص ص162-163.
- 41 -بارعة شقير. مرجع سابق، ص ص118-119.
- 42 -نواف عدوان. حول البث المباشر وسبل مواكبته، مجلة الإذاعات العربية، ع 1، 1994، ص34.

- 43 - محمد عبد الكافي. القنوات الفضائية العربية وإمكانية الاستفادة منها في نشر الثقافة العربية الإسلامية، تونس: (د.ن)، 1998، ص105.
- 44 -هادي الهيتي. مدى تأثير القنوات الفضائية الوافدة على المجتمع العربي، مجلة الإذاعات العربية، ع4، تونس، 1994، ص35.
- 45- www.chez.com/elyahyauiy/lalla.htm
- 46 -عبد الملك ردمان الدناني. مصدر سابق، ص217.
- 47 -التقرير الاستراتيجي العربي لعام 2000، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، صحيفة الأهرام، 2001، ص157.
- 48- www.annoormagazine.com/mag/ar/151/index.asp.htm
- 49 -حسن رجب. دور الفضائيات العربية في مواجهة الغزو الإعلامي الأمريكي، مجلة شؤون عربية، عدد أغسطس 2003، ص75.
- 50 -المصدر السابق نفسه.
- 51 -المصدر السابق نفسه.
- 52 -عبد الملك ردمان الدناني. مصدر سابق، ص219 وما بعدها.
- 53- www.annoormagazine.com/mag/ar/151/index.asp.htm
- 54 -نصر الدين العياضي. كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري، مجلة الإذاعات العربية، ع1، تونس، 2001، ص12.
- 55 -المصدر السابق نفسه.
- 56 -الفضائيات العربية وتغطية الحرب على العراق: حلقة نقاشية، مجلة المستقبل العربي، ع295، بيروت: 2003/3/9، ص117.
- 57- www.islamweb.net/ver2/archive/read,art.htm

58- www.us.moheet.com/asp/hasad.htm

59 -أديب خضور. دراسات تلفزيونية، دمشق: وزارة الإعلام، 1996، ص10.

60- www.annoormagazine.com/mag/ar/151/index.asp.htm

61- www.apfw.org/indexarabic.asp/fname=annualreports/200/arabic/internation.htm

62- www.suhuf.net.sa/200/jaz/mar/20/org.htm



الفصل الثامن

الإعلام الأمريكي الموجه إلى العرب

بعد أحداث الحادي عشر من أيلول *

-دراسة تحليلية -

المحتويات:

- تمهيد.

1- الأسباب التي دعت واشنطن إلى تعزيز منظومتها الإعلامية العربية بعد أحداث (11) أيلول.

2- المنظومة الإعلامية الأمريكية الموجهة إلى العرب بعد أحداث (11) أيلول:

1-2 إذاعة "سوا".

2-2 إذاعة العراق الحر.

3-2 مجلة "هاي".

4-2 قناة "الحرّة".

* د. سميرة شيخاني

الإعلام الأمريكي الموجه إلى العرب بعد أحداث الحادي عشر من أيلول -دراسة تحليلية-

تمهيد

لم يعد خافياً على أحد ذلك الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في تشكيل اتجاهات الرأي العام على المستويات المحلية والإقليمية والدولية نحو القضايا المتشابكة والمعقدة التي يزر بها عالم اليوم، سواء في أوقات الأزمات والحروب أم في أوقات السلم، فأقل ما يوصف به هذا الدور أنه أصبح على درجة كبيرة من الخطورة والتأثير، في ظل ما يسمى بثورة الاتصالات التي تصاعدت حدثها منذ نهايات القرن الماضي وحتى وقتنا الحاضر، والتي ما زالت تتطور بمعدلات متسارعة وبخاصة في مجال الوسائل المرئية منها. وليس هناك من خلاف على أن الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر دول العالم إدراكاً لفعالية وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المستهدف من ناحية، والرأي العام الأمريكي والعالمي من ناحية أخرى، الأمر الذي دفعها للتوسع في استخدام تلك الوسائل، وبخاصة الإذاعات الموجهة منها في تنفيذ استراتيجيتها الكونية التي تستهدف -في جزء منها- إعادة رسم خريطة الشرق الأوسط في إطار هدفها الأساسي وهو الهيمنة على العالم والتحكم باقتصادياته، والتفرد بقيادته، واتخاذ القرارات الهامة بشأنه[1].

وعلى الرغم من أن ظاهرة الغزو الإعلامي الأمريكي للمنطقة العربية ظاهرة قديمة تعود إلى الحرب العالمية الثانية، حيث كانت إذاعة (صوت أمريكا) أول محطة إذاعية أمريكية موجهة للعالم العربي في عام 1942، فإن الولايات المتحدة كثفت جهودها بشكل كبير في هذا المجال في أعقاب أحداث (11 أيلول عام

2001، فأنشأت منظومة عربية تكاملت حلقاتها تدريجياً، بدءاً من الإذاعات إلى المجالات وانتهاءً بالمحطات الفضائية، ورصدت لها الأموال الطائلة، وسخرت لإدارتها أفضل الإعلاميين العرب والأمريكيين [2].

1- الأسباب التي دعت واشنطن لتعزيز منظومتها الإعلامية العربية بعد أحداث (11) أيلول [3]:

مما لا شك فيه أن الولايات المتحدة الأمريكية في ضوء تجربتها الطويلة في استخدام الإعلام الموجه، تولدت لديها قناعة كبيرة بأهمية الإعلام العربي الممنهج واستعماله كسلاح ثقافي ولغوي في خدمة مصالحها في الحرب والسلم على حد سواء. وهذا ما يفسر إقدام المسؤولين الأمريكيين وإصرارهم على إنشاء منظومة إعلامية عربية تكاملت حلقاتها تدريجياً في أعقاب أحداث (11 أيلول عام 2001، نظراً للأسباب التالية:

1-1 ملء الفراغ الإعلامي الأمريكي الموجه إلى المنطقة العربية في ظل تنامي موجة الكراهية الناجمة عن الحرب على الإرهاب، وإدراك المسؤولين الأمريكيين أنهم باتوا وجهاً لوجه أمام حالة من العداء السافر مع العرب والمسلمين، لاسيما بعدما طفت على سطح الأحداث دفعة واحدة موجة من المقولات المعادية التي خلطت بين الإرهاب والإسلام، وجعلت الواحد منهما صنواً للآخر، وروجت للحرب الصليبية وصراع الحضارات، وحشرت المسلمين والعرب في دائرة محور الشر.

1-2 تحسين صورة الولايات المتحدة الأمريكية في المنطقة العربية، والتي شوّهتها إلى درجة مقلقة الحرب الأنجلو - أمريكية على العراق ومن قبلها على أفغانستان، وانحيازها الصارخ لإسرائيل.

1-3 العمل على كسب عقول وقلوب الجمهور العربي المستهدف الذي يمثل الشباب فيه النسبة ال غلبة، وتوجيهه نحو قبول القيم والأفكار وأنماط السلوك

السائدة في أمريكا والدول الأوروبية، وهو ما يعبر عنه بالغزو الثقافي والفكري للعالم العربي.

1-4 محاولة تحقيق تفوق حاسم في "المعركة الإعلامية" على الساحة العربية، وبخاصة في وجه الفضائيات العربية المنافسة، بعد أن فشل الإعلام الأمريكي في فرض تفوقه على الفضائيات الأخرى، بعكس ما كان الحال في حرب الخليج الثانية، حيث انفردت شبكة "CNN" الإخبارية الأمريكية ببث أنباء المعارك في تلك الحرب .

فلقد أثبتت معظم الدراسات الحديثة انصراف المشاهد العربي عن وسائل الإعلام الأمريكية والغربية، وبخاصة في عصر انتشرت فيه الفضائيات العربية التي استطاعت أن تستحوذ على الغالبية العظمى من المشاهدين، وساهمت في تشكيل رأي عام عربي يقوم على حرية التفكير ، وإبداء الرأي في القضايا التي تهم المواطن العربي .

كما يرى المراقبون أيضاً أن فرصة نجاح أي عملية لـ "تجميل" صورة الأمريكيين أمام المواطن العربي تبدو ضئيلة للغاية، بفعل ما شاهده عبر شاشات الفضائيات العربية أثناء الحربين على العراق وأفغانستان ، واللتين أودتا بحياة الآلاف من الأطفال والنساء والشيوخ من أبناء الشعبين العراقي والأفغاني.

1-5 اعتماد ما أسمته الولايات المتحدة بـ "الدبلوماسية العامة" وهي الاستراتيجية المقبلة لواشنطن، فعلى ما يبدو، إن الأمريكيين سيتصرفون في الشرق الأوسط بغير أسلوب القوة والعدوان، ويبرهنون على غسل أدمغة العرب عموماً، واستمالة نخبهم الثقافية والفكرية من الشباب على وجه الخصوص، عن طريق إطلاق مشروعات إعلامية كبرى في العالم العربي لإزالة ما علق في أذهان العرب

والمسلمين من جراء الحرب على العراق وأفغانستان، ومحاولتهم -الأمريكيين- وضع قواعد جديدة "للتعامل الإيجابي" على حد تعبيرهم.

1-6 تأكيد المسؤولين الأمريكيين إقامة علاقات جيدة مع الحكام العرب ولكن الأهم هو التأسيس لعلاقات مباشرة مع الشعوب نفسها دون المرور بالحكام، وبراهنون في ذلك على اجتذاب النخب الثقافية والعلمية والفكرية التي تلقت علومها في الولايات المتحدة، والعديد من أفراد هذه الشريحة يعمل في الصحافة.

2- المنظومة الإعلامية الأمريكية الموجهة إلى العرب بعد أحداث (11) أيلول:

مع بداية العمل الحثيث لبناء منظومة إعلامية موجهة للعرب بعد أحداث (11) أيلول، اعترف الأمريكيون بأنهم أمام مهمة إعلامية صعبة، على الرغم من إحاطتها بكامل عناصر النجاح (دبلوماسيون ذوو خبرة في العالم العربي، كفاءات مهنية، موازنات مالية ضخمة، تقنيات متطورة) لاعتقادهم أن العرب لا يميزون بين السياسة الأمريكية والإعلام الأمريكي، ويعتقدون بالتالي أن الاثنين وجهان لحقيقة واحدة، تتحالف مع العدوان الإسرائيلي وتبارك الصهيونية العالمية، علاوة على قناعتهم بأن إعلام واشنطن ليس سوى "لعبة" مخادعة، عقلها أمريكي ولسانها عربي، إنما الهدف هو تجميل وجه أمريكا وتلميع صورتها في العالم العربي.

ومن هذا المنطلق -تجميل وجه أمريكا- أطلقت الإدارة الأمريكية العديد من الوسائل الإعلامية أهمها: إذاعة "سوا"، ومجلة "هاي"، وقناة "الحرّة".

2-1 إذاعة "سوا":

في إطار توجهاتها الجديدة نحو المنطقة ومخاطبة الرأي العام العربي، بقصد "سلخه عن هويته" وبناء شخصية وفق الأفكار الأمريكية، أطلقت الإدارة

الأمريكية إذاعة "سوا" التي بدأت بثها في آذار 2002م ، بهدف تقديم معلومات وأخبار عن أمريكا والعالم ، وتوضيح سياساتها ومواقفها من قضايا هذه المنطقة، وبخاصة بعد اعتراف مس وولين أمريكيين بالحاجة إلى مخاطبة ما يسمونه بـ "الإساءات الموجهة إلى الولايات المتحدة عبر وسائل الإعلام العربية". وتعود فكرة إذاعة "سوا"، إلى ما قبل أحداث الحادي عشر من أيلول بفترة طويلة، لكن الفكرة اكتسبت تأييداً كبيراً بعد تلك الأحداث، وبخاصة داخل الكونغرس الأمريكي [4].

فلقد رأى المسؤولون الأمريكيون أن إذاعة "صوت أمريكا" أول محطة إذاعية أمريكية قد استنفدت مهامها الأساسية في تأليب شعوب الدول العربية الموالية لموسكو، والتحريض ضد حكوماتها على قلب أنظمتها السياسية إبان الحرب الباردة، ولم تعد صالحة أو كافية لمواجهة التحديات الناجمة عن أحداث (11) أيلول، الأمر الذي اقتضى إيجاد محطة إذاعية أخرى أكثر فاعلية وتأثيراً، وأكثر حيادية وتقرباً من الشعوب العربية، مشفوعة بتغييرات جذرية في أساليبها وبرامجها وتحولها من التوجيه السياسي المباشر إلى الجوانب الثقافية والعلمية والترفيهية وسواها.

وبهذا المعنى، يؤكد الخبراء في مجال الإعلام أن إذاعة "صوت أمريكا" منيت بالفشل بعد مرور أكثر من (50) سنة على إطلاقها، والتي بدأت بثها عام 1942م، فقد عملت هذه الإذاعة طيلة عمرها كناطق رسمي باسم الفرع التنفيذي المسؤول عن السياسة الخارجية الأمريكية ، الذي هو جزء لا يتجزأ من وكالة الاستعلامات الأمريكية .

وكانت تضطلع بثلاث مهام رئيسية هي : أن تعمل كمصدر موثوق به وموضوعي للأخبار، وأن تقدم سياسات الولايات المتحدة، وأن تقدم صورة جذابة للمجتمع الأمريكي [5].

وقد اعتمدت إذاعة "صوت أمريكا" في تقديم خدماتها الموجهة على الأخبار والتعليقات القصيرة والموسيقى والبرامج الخفيفة التي تعد من أكثر المواد جذباً للمستمعين، مع التركيز على تعريف المستمع بالطبيعة السريعة للمجتمع الأمريكي وتاريخ هذا المجتمع وثقافته.

ولا يخفى على أحد الدور الذي لعبته هذه الإذاعة في شرح السياسة الأمريكية تجاه البلدان المستهدفة، وتبرير سياستها في الشرق الأوسط. ويرى خبراء الإعلام أن إذاعة "صوت أمريكا" فشلت في الاستحواذ على عقل المستمع العربي وقلبه الذي أدرك حقيقة الأهداف الخفية من وراء هذه الخدمة الإذاعية الموجهة، والذي يعلم تماماً أن موقف الولايات المتحدة لا بد أن ينعكس بالضرورة على موقف الإذاعة من قضايا المنطقة، الأمر الذي لم يكن من السهل إقناعه بصحة المعلومات التي تبث إليه، وجعله يقف منها موقف الحذر، وبخاصة في ظل التحيز الأمريكي السافر لإسرائيل على حساب الحقوق العربية. وبهذا المعنى فإذاعة "سوا" التي أطلقت في عام 2002، ما هي في حقيقتها سوى إذاعة "صوت أمريكا" ولكن بحلة جديدة.

تعود فكرة إطلاق إذاعة "سوا" إلى "نورمان باتيز" المدير التنفيذي لـ"ويست ورد وان" وتعتبر أكبر شركة إذاعية في الولايات المتحدة والتي استهدف من ورائها كسب جمهور الشباب العربي، وهذا ما عبرت عنه مؤسسة (BBG) التابعة لوزارة الخارجية الأمريكية بمناسبة إنشاء إذاعة "سوا" في آذار 2002 بالقول: "إن الولايات المتحدة تفتقر إلى مستمعين عرب ممن تقل أعمارهم عن 25 عاماً"

مشيرة إلى أن أكثر من 65 بالمئة من الشعوب العربية تتدنى أعمارهم عن 30 عاماً، في حين أوضح "كريستوفر روس" السفير السابق للولايات المتحدة في الجزائر وسوريا والمنسق الخاص للدبلوماسية العامة في الخارجية الأمريكية، المرامي الأمريكية البعيدة المدى من وراء إنشاء هذه المحطة بقوله: "إن راديو سوا ليس موجهاً للذين يكرهون أمريكا وحسب، وإنما للذين ينقمون عليها لسببٍ أو لآخر. فهؤلاء مع الوقت يمكن أن تتغير مشاعرهم ويصبحوا أكثر تفهماً للوجه الحقيقي لأمريكا" [6].

يقدم راديو "سوا" خدمته الإذاعية باللغة العربية على مدى أربع وعشرين ساعة يومياً، وتتضمن تقديم نشرات إخبارية وتحليلات للأخبار، مع مزيج من أفضل المنوعات الموسيقية الغربية والعربية.

وهي تبث برامجها باتجاه الوطن العربي من عمان-الأردن، ويلتقط بثها في خمس دول عربية هي مصر والعراق والسودان والكويت وعمان على موجات "إف إم"، كما يمكن التقاط بثها بالأقمار الاصطناعية عبر خدمة نايل سات وعريسات ويوتيل سات، وقد خصصت الحكومة الأمريكية مبلغ (35) مليون دولار [7].

وتقدم إذاعة "سوا" موجزاً للأخبار كل نصف ساعة ، يتضمن أحدث الأخبار عن السياسة الأمريكية، وتطورات منطقة الشرق الأوسط وبقية دول العالم، ولا يستغرق بث هذا الموجز أكثر من بضع دقائق، تعود بعدها الإذاعة لبث الموسيقى الراقصة وأغاني البوب العربية والأجنبية، حيث تشغل الموسيقى نسبة 85% من إجمالي الإرسال، بينما تحتل الأخبار المنتقاة التي تخدم السياسة الأمريكية نسبة 15%.

ويرى المراقبون أن المنتبغ لهذه الإذاعة، لا يخفى عليه مدى محاولتها إدخال التغريب الثقافي، لا بل الأمركة، في نسيج العقل الشبابي بطريقة مبتكرة، فهي تذيب أغنية عربية ثم أغنية أمريكية بالتوالي على مدار الساعة. أما نشراتها الإخبارية فهي قصيرة ومركزة، وسيجد من يتابع هذه النشرات أن توجهها السياسي يقوم على التعبئة ضد العراق وإيران وسوريا، وكل من يقف ضد السياسة الأمريكية في المنطقة، على شكل جرعات خفيفة ونقاط سريعة دعائية، أما بالنسبة للقضية الفلسطينية، فإن نشرات الأخبار في إذاعة "سوا" تتعامل معها بدرجة أكبر من الحساسية، محاولة إظهار وإبراز مواقف الحكومة الأمريكية منها بطريقة إيجابية مزيفة، دون أن يخفى على المراقب تحيزها الضمني للعدو، كما جاء مثلاً في إحدى النشرات، خلال اجتياح مخيم جنين: "قامت قوات الجيش الإسرائيلي بشن هجمات على ناشطين فلسطينيين إثر هجمات انتحارية أودت بحياة عدد من المدنيين الإسرائيليين...." وبالرغم من ذلك، يقدم هذا التحيز للعدو، أو بالأحرى، تقدّم حجج العدو للجمهور الشبابي العربي، كالسم في الدسم بين الأغاني والسطور، لا كدعاية واضحة المعالم، وهو الأمر الذي يزيد من الخطر الإعلامي لإذاعة "سوا"، فمحاولة التسرب إلى الوعي الشبابي تتم هنا من ثنايا الوجدان بين الأغنيات، لا من خلال أسلوب خطابي أو رسمي أو تقليدي أو حتى عقلي[8].

2-2 إذاعة العراق الحر:

كذلك تدعم الولايات المتحدة إذاعة "العراق الحر" التي دأبت منذ نشأتها عام 1998 على إذاعة البرامج الإخبارية والتقارير والمقابلات في العراق في إطار إعدادها للحرب التي شنتها أمريكا عليه ، وتعتمد تلك الإذاعة في تقديم أخبارها

وتقاريرها والمقابلات التي تجريها مع الشخصيات البارزة، على مجموعة من المراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العراق.

ويوجد مركز المحطة في العاصمة التشيكية "براغ"، حيث يعمل فيه موظفون عراقيون يتخذون من بغداد والبصرة وأربيل وكركوك والموصل والسليمانية مصدراً لمعلوماتهم، كما أنها تبث برامجها على موجة إف إم، والموجتين القصيرة والمتوسطة، إضافةً للبث عن طريق الأقمار الصناعية.

وتقدم إذاعة "العراق الحر" الأخبار العاجلة والتطورات العسكرية والسياسية، فضلاً عن التقارير الشاملة والمقابلات حول القضايا ذات الاهتمامات الخاصة ، كما تقدم عدداً من البرامج الأسبوعية حول الحياة الثقافية العراقية.

ويبلغ عدد النشرات الإخبارية المنتظمة التي تقدمها هذه الإذاعة يومياً (12) نشرة مدة كل منها خمس دقائق، إضافةً للبرنامج الصباحي اليومي الذي يستغرق 30 دقيقة، والذي يذاع في خمسة أيام في الأسبوع ، كما يختتم البرنامج بموجز لأهم الأنباء مدته ثلاث دقائق، بعد ذلك يبدأ بث البرنامج المميز "ملف العراق" وهو برنامج مدته 25 دقيقة تُقدم فيه تقارير المراسلين، وتُجرى فيه المقابلات مع الشخصيات الهامة.

هذا بالإضافة إلى برنامج أسبوعي يُبث من بغداد بعنوان "حوار"، يتم فيه إجراء مقابلات مطولة مع كبار الشخصيات العراقية الدينية، والثقافية، والسياسية. وتبلغ مدة الإرسال اليومي لإذاعة العراق الحر حالياً 17 ساعة على موجات إف إم، كما يجري التخطيط أيضاً لزيادة البث على موجات إف إم للمدن العراقية الشمالية مثل إربيل والسليمانية لمدة تتراوح بين 7 إلى 15 ساعة يومياً [9].

وجدت أمريكا أن "إذاعة سوا" ليست كافية في ظل ما تلقاه الإذاعة الأمريكية من منافسة حادة من قبل إذاعة «مونت كارلو» الفرنسية و«بي بي سي» البريطانية العريقتين في المنطقة، الأمر الذي دفع الأمريكيين إلى دعمها بوسيلة إعلامية جديدة هي مجلة "هاي" الشهرية الموجهة إلى الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 35 عاماً من أجل فتح نافذة واسعة على الثقافة الأمريكية.

يشير موقع "هاي" على الإنترنت إلى أنها "مجلة أمريكية تصدرها شركة مستقلة (The Magazine Group) بمساعدة وتشجيع الخارجية الأمريكية من أجل تعريف القارئ العربي بالقيم والتقاليد الأمريكية وإشراكه بها، وإدراكه أن هناك الكثير مما يجمع البشرية ويقربها لبعضها البعض".

وتمثل المجلة كما يزعم المسؤولون الأمريكيون "نافذة مشرقة وحافلة بالمعلومات التي يطل منها العالم العربي على أمريكا"، ويأمل المشرفون عليها أن تكون "ساحة حوار إيجابي وبناء وتوفر فرص المشاركة التفاعلية المستمرة للآراء المتنوعة".

يشارك في تحرير مجلة "هاي" عدد من الصحفيين العرب منهم "فضيل أمين" مديراً للتحرير، وخصصت لها الإدارة الأمريكية موازنة سنوية تقدر بين 3 و4 ملايين دولار، وتشتمل موضوعاتها على علوم التربية والتكنولوجيا والصحة ورسائل التعارف وغيرها من أخبار المشاهير في الرياضة والفن.

ويشرف عليها "كريستوفر روس" الضليع باللغة العربية والذي يرى أنها "وسيلة إعلامية تؤسس على المدى الطويل لعلاقات جيدة مع الشباب العرب الذين سيصبحون زعماء العالم العربي".

وكشف "روس" أن محتوياتها تعاد قراءتها من قبل مكتب تحرير في الخارجية الأمريكية للتأكد من أنها كاملة ومهمة ومنمّرة".
ويعلق "روس" على كلمة "هاي" بقوله: "إنها الكلمة الأكثر شيوعاً بين جيلي الشباب العرب والأمريكيين، ويمكن أن تكون مقدمة للحوار فيما بينهم".
وتوزع المجلة (150) ألف عدد شهرياً في العواصم العربية، ولا تتضمن محتوياتها أية إشارة إلى الاحتلال الأمريكي للعراق أو إلى الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، وترى جريدة «لوموند» الفرنسية بأنها "وإن كانت ظاهرياً بعيدة عن السياسة إلا أنها في جوهرها وأبعادها سياسية جداً" [10].

2-4 قناة الحرة:

يبدو أن الأمريكيين باتوا على قناعة كبيرة أن إعلامهم سيكون ناقصاً وضئيل الفعالية إذا ما اكتفى بالوسائل السابقة في "مواجهتهم للإرهاب" واحتلالهم للعراق في ظل وفرة الفضائيات العربية التي تعتبرها واشنطن مناهضة لسياستها في المنطقة العربية.

من هذا المنطلق كان تفكيرهم بإنشاء محطة تلفزيونية أمراً ملحاً وغاية في الأهمية، وبالفعل أعلنت الإدارة الأمريكية عن تأسيس قناة الحرة عام 2004، وخصص لها الكونغرس الأمريكي موازنة سنوية تقدر بثلاثين مليون دولار، يمكن أن تتضاعف في السنوات القادمة.

وتقرر أن يكون مركز البث من دبي حيث تم استئجار الأمانة اللازمة، على أن يبقى المركز الرئيسي في (فاير فاكس) في فرجينيا.
ويضم فريق المحطة مجموعة مختلطة من الأمريكيين والصحفيين العرب، كما يأمل القائمون على تشغيلها بأن تتمتع بـ "حس عربي" لكون مديرها شخصية عربية هو "موفق حرب"، الذي عمل في السابق كرئيس لمكتب صحيفة "الحياة"

اللندنية بواشنطن، والذي يسعى الأمريكيون من خلاله لاستقطاب طاقم عمل مكون من (200) شخص، على أن يكون معظمهم من العرب [11].

وقد تعاقد القائمون على هذه القناة مع مجموعة من النجوم ومقدمي ومعدّي البرامج في الفضائيات العربية المعروفة، كما تقرر أن يكون شعار الفضائية الذي يظهر على الشاشة، في الفواصل بين البرامج حصاراً عربياً.

بدأت "الحرّة" ببث (14) ساعة يومياً من البرامج، تم تمديدّها إلى (24) ساعة خلال أسابيع، ويقول المسؤولون عنها إن من بين أهم أهدافها أن تكون شبكة إخبارية "متكاملة ومتوازنة ومثلاً على الصحافة الحرّة على الطريقة الأمريكية، تقدم آفاقاً جديدة للمشاهدين في الشرق الأوسط، وتخلق درجة أكبر من الفهم الحضاري والاحترام في سوق إعلامية تهيمن عليها الإثارة والتشويه".

ويرى المراقبون أن إطلاق هذه الفضائية، يعد من أهم المشروعات الإعلامية التي تقيمها الولايات المتحدة على الساحة الدولية منذ إنشائها إذاعة "صوت أمريكا" عام 1942، والتي يرون أنها تجيء للحد من التشويه الذي لحق بصورة الأمريكيين لدى شعوب المنطقة على يد الفضائيات العربية التي درجت على إذاعة الرسائل الإعلامية التي تصب في خانة معاداة أمريكا.

ويحاول الأمريكيون من خلالها مخاطبة المتلقي العربي وتشكيل اتجاهات الرأي العام في المنطقة من منظور أمريكي، والتصدي لما تبثه بعض الفضائيات العربية وبخاصة قنوات "الجزيرة" و "العربية" من رسائل إعلامية تثير استياء الإدارة الأمريكية وتعارض مخططاتها وأهدافها في الهيمنة على المنطقة.

وقد علق "نورمان باتيز" على إطلاق هذه الفضائية قائلاً: "نحن نتنافس بهذه القناة في بيئة إعلامية تتحدث فيها الكراهية ضدنا عبر محطات الإذاعة والتلفزيون، بيئة يأخذ فيها المواطن العربي انطباعاته عن سياساتنا وثقافتنا، وعن

مجتمعنا، وهي انطباعات خاطئة، الأمر الذي يستوجب من الأمريكيين التصدي إعلامياً لهذه المحطات التي دأبت على التشهير بأمريكا والأمريكيين". ويعترف "باتيز" بأن فضائية "الحرّة" ستتواجد في كل مكان توجد فيه قناة "الجزيرة" القطرية [12].

ويكشف المسؤولون في مؤسسة (BBG) عن بعض الجوانب الفنية والإعلامية لهذا المشروع، بأنه سيكون بمنزلة "فوكس نيوز عربية" تتضمن علاوة على النشرات الإخبارية على مدار الساعة، مقابلات وحوارات ومنوعات مختلفة، على ألا تقل الموضوعات المخصصة لإزالة "الوجه البشع لأمريكا" عن (10) في المئة.

ويرى "روس" في هذه الخطوة "أن الشارع العربي بعد أحداث العراق، بات من الأولويات التي ينبغي أن تعمل الإدارة الأمريكية بشتى الوسائل على تفهم معارضته واستيعاب مشاعره".

وفي السياق ذاته، يؤكد المراقبون صعوبة تحقيق الأهداف التي من أجلها أطلقت الإدارة الأمريكية قناة "الحرّة"، وبخاصة سعيه لكسب عقول المشاهدين العرب وقلوبهم، فقد أثبتت معظم الدراسات الحديثة انصراف المشاهد العربي عن وسائل الإعلام الأمريكية، وبخاصة في عصر انتشرت فيه الفضائيات العربية. ويشكك خبراء الإعلام في نجاح الفضائية الأمريكية الجديدة في مواجهة هذه الفضائيات العربية، برغم الأموال الضخمة التي رصدت للإنفاق عليها، مؤكدين -في الوقت ذاته- أنه حتى إذا ما حققت بعض القبول، فلن يسوغ هذا القبول حجم الإنفاق الضخم الذي خصص لها.

وفي هذا السياق، يتنبأ خبراء الإعلام بمواجهة حامية الوطيس، سوف تدور رحاها بين "الحرّة" والفضائيات العربية من أجل الحصول على أكبر نسبة من جماهير المشاهدين في كافة أقطار الوطن العربي.

كما يرون أن الخصم الأول في هذه المعركة الإعلامية سيكون قناة "الجزيرة"، التي كانت موضع انتقاد وهجوم عنيف شنته الدوائر السياسية الأمريكية خلال الحرب الأمريكية على العراق، حيث اتهمتها بعدم الموضوعية، وتعتمد إثارة الجماهير العربية باللعب على وتر المشاعر الإنسانية، وبث القصص التي تؤدي إلى تصاعد حجم الكراهية لكل ما هو أمريكي.

ولتجاوز هذه العقبة، يذكر القائمون على إنشاء قناة "الحرّة"، أنهم سيحاولون الابتعاد قدر الإمكان عن الموقف الرسمي الأمريكي، وأن تتسم المواد التي تبثها الفضائية بالاستقلالية التامة، شأنها شأن مثيلاتها من الإذاعات الموجهة مثل إذاعة "صوت أمريكا" وإذاعة "راديو أوروبا الحرّة" [13].

وضرب "موفق حرب" مثلاً يقارن فيه بين "الجزيرة" و "الحرّة" قائلاً: "على سبيل المثال، الجزيرة في تقرير لها عن إحدى الغارات الإسرائيلية على الأراضي الفلسطينية تشير إلى أن الطائرات المستخدمة في الغارة هي من صنع أمريكي.. لكن الحرّة لن تفعل ذلك"، في إشارة إلى أن هذه الفضائية لن تربط عند عرضها للخبر بين الولايات المتحدة والغارة الإسرائيلية، رغم أن الطائرة الإسرائيلية المستخدمة في الغارة هي فعلاً من صنع أمريكي [14].

غير أن المراقبين وخبراء الإعلام يشكون في إمكان تحقيق هذا الهدف على النحو الذي ترجوه الإدارة الأمريكية، حيث يؤكدون أنه من الصعب الفصل بين السياسات الأمريكية وسياسة المحطة الجديدة، التي لم تنشأ إلا من أجل تحقيق أهداف دعائية يقف الترويج للمخططات والسياسات الأمريكية "سابقة التجهيز" في

المنطقة العربية على قمتها، والتي تعتبر المستهدف الوحيد للحرب التي تشنها أمريكا على ما تسميه بالإرهاب.

وفي هذا الصدد، نقلت صحيفة "نيويورك تايمز" عن "شلي تلحمي" الأستاذ بجامعة "ميريلاند" قوله: إن القناة الجديدة ستعرض لضغوط كبيرة من واشنطن من خلال تبنيها وجهة النظر المستقلة التي أعلنت عنها.

كما يرى "إدوارد جيريجيان" رئيس معهد "جيمس بيكر" للسياسة العامة التابع لجامعة "رايس" الأمريكية، أن القناة الجديدة ستعاني من "أزمة مصداقية باعتبارها مشروعاً أمريكياً صرفاً" [15].

ومن جهتهم أكد معظم خبراء الإعلام العرب، أن "الحرّة" أخفقت على نحو ذريع في الترويج لخطابها، ويشيرون إلى أنها وقعت في "المباشرة والتسطيح، إذ لم تجد وسيلة لتقول فيها للمشاهد أنها منبر للاختلاف والحادثة سوى بثها تكراراً صور شبان ونساء وكهول يفتحون النوافذ والشبابيك ليتسنى للشمس تبديد عتمة مفترضة"، كما أن الولايات المتحدة التي أنفقت الملايين عليها لم يسعها إلا أن "تقتبس نموذج إعلام الدول الشمولية عبر قناة أمريكية رسمية يشعر أصحابها بعدم صدقها، ولذلك أطلقوا عليها اسم الحرّة".

ويقولون إن "بعض الحوارات التي تنبثها القناة تحاول القول إن أميركا تدعم حق الشعوب العربية في الديمقراطية، وتستضيف من يتحدثون عن معاناة هذه الشعوب من أنظمتها، وهذا الحديث يفقد مصداقيته لمجرد صدوره من الإدارة الأمريكية وتلفزيونها الرسمي، فالاحتلال أعلى مراتب القمع والديكتاتورية ولا يجوز لدولة تمارس الاحتلال في العراق وتدعم احتلالاً لشعوب عربية أخرى في فلسطين أن تحاول إقناعنا بأن قلبها يهبط على الشعوب العربية من قمع أنظمتها".

وفي السياق نفسه، لاحظ العديد من الإعلاميين العرب أن انطلاقاً من المحطة "كانت ضعيفة" وأنها لم تملك أدوات التعبير عن المشروع الإعلامي والسياسي (الأمريكي) أو تجسيده في مقدماته، وهو ما ظهر في أخطاء مهنية وفنية متكررة في "الحرّة" حتى في المسائل السياسية المباشرة من مقابلات واختيار للأحداث وتسليط الضوء على بعضها وتجاهل كل ما يعوق أو يتناقض مع المشروع المحدد مسبقاً والمرسوم لها، وأن أداء هذه المحطة لا يجعل منها منافساً قوياً للفضائيات العربية سيما وأنها مكبلّة بمواقف أمريكية معلنة لا تماشي إعلان المسؤولين عنّها بتمسكهم بـ"الاستقلالية" التي تتمتع بها التلفزيونات العربية غير الرسمية، خصوصاً جرأة فضح السياسة الأمريكية التي تحتاج إلى مراجعة وإعادة النظر وليس إلى تجميل وتزيين.

من جهتهم، استغل المسؤولون في قناة "الجزيرة" الآراء التي تشكك في استقلالية "الحرّة" عن الإدارة الأمريكية، و أكدوا أن المشاهد العربي سينظر إلى الشبكة الجديدة على أنها إحدى أدوات تلك الإدارة، وقال "جهاد بلوط" الناطق باسم "الجزيرة": إن برنامج "الحرّة" سيكون الدفاع عن وجهة النظر الأمريكية، مشيراً إلى أن وظيفة "الجزيرة" ليس الدفاع عن أي وجهة نظر، بينما التصريح الممنوح لـ"الحرّة" واضح وهو مساندة وجهات النظر الأمريكية [16].

"الحرّة ليست حرّة"، وعلى الناس أن يصدقوا أولاً أن أمريكا محايدة على الساحة الفلسطينية، وأنها قتلت الآلاف في أفغانستان من أجل مكافحة الإرهاب، وأنها أيضاً احتلت العراق لإحلال الديمقراطية وحقوق الإنسان فيه، وبعد ذلك سيسهل عليهم تصديق القناة الأمريكية الجديدة.

مصادر الفصل الثامن

- 1- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 2- www.annoormagazine.com/mag/ar/151/index.asp.htm
- 3- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
 - www.annoormagazine.com/mag/ar/151/index.asp.htm
 - www.vb.alfaris.net/showthreadphp.htm
- 4- www.alshaab.com/gif/2106-2002/2%202.htm
- 5- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 6- www.annoormagazine.com/mag/ar/151/index.asp.htm
- 7- www.alshaab.com/gif/2106-2002/2%202.htm
- 8- www.alshaab.com/gif/2106-2002/2%202.htm
- 9- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 10- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 11- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 12- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 13- www.vb.alfaris.net/showthreadphp.htm
- 14- www.us.moheet.com/asp/hasas.asp.htm
- 15- www.vb.alfaris.net/showthreadphp.htm
- 16- www.vb.alfaris.net/showthreadphp.htm

الفصل التاسع

النظام الدولي الجديد ونظامه الإعلامي *

المحتويات:

تمهيد.

1- النظام الدولي الجديد.

1-1 سمات النظام الدولي الجديد.

1-1-1 تهميش الأمم المتحدة وتغييبها كمنظمة عالمية.

1-1-2 التحييد النسبي لدور وسائل الإعلام.

2- إعلام "النظام الدولي الجديد".

1-2 سمات إعلام "النظام الدولي الجديد".

3- الدول العربية و"إعلام النظام الدولي الجديد".

* د. سميرة شيخاني

النظام الدولي الجديد

و

"نظامه الإعلامي"

تمهيد

من الثابت في بداية هذا القرن ، تراجع الخطاب المطالب بإقامة نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال، كامتداد طبيعي للمطالبة بإرساء أسس نظام اقتصادي عالمي جديد يكون الهدف منهما تقليص الاختلالات والتفاوتات التي تطبع العلاقات بين دول الشمال ودول الجنوب.

ومن الثابت كذلك أن تراجع الخطابين إنما جاء نتيجة للمعارضة الشديدة التي لقيها من قبل الدول الغربية الكبرى، وعبرت عنها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا بالانسحاب على اعتبار "أد لجة" المؤسسة (اليونسكو) التي تشبثت دول العالم الثالث في ظلها بالنظامين.

ومن الثابت أيضا الإحباطات التي لحقت الأبعاد الإقليمية لكلا النظامين، لاسيما بعده العربي باعتباره جسراً لتكريس فلسفة النظامين وأهدافهما على مستوى المنطقة العربية.

وبالتالي فإن فلسفة هذين النظامين وأهدافهما قد وظفا نتيجة هزتين كبيرتين في العلاقات الدولية (تفتت الاتحاد السوفيتي من جهة، وحرب الخليج الثانية من جهة أخرى) في بروز وشيوع خطاب جديد مررته الولايات المتحدة باسم النظام الدولي الجديد، على الرغم من أن ما وجد فيه لا يعدو كونه التبنّي الأمريكي له.

وعلى الرغم من كون النظام الدولي الجديد لم يكتمل تشكيله وهيكلته بعد، على اعتبار نسبية استقرار مكوناته العضوية، فإنه قد خلق لنفسه نظاماً إعلامياً برزت معالمه الأولى في تغطية حرب الخليج الثانية، موظفاً في ذلك أقوى ما وصلت إليه تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأثبتت الوقائع تهميشه الممنهج لمشاكل العالم الثالث وتشويهه الصارخ لقضاياها وتطلعاته المستقبلية.

قد يكون من قبيل المجازفة البحتة الحديث عن نظامين (النظام الدولي الجديد والنظام الإعلامي العالمي) ولم تبرز منهما إلى الآن إلا بعض الإرهاصات والمفارقات الكبرى، لكنها لا تمنع قطعاً الاجتهاد لاستنباط التصور العميق الكامن خلفها أو من بين سطورها كما يقال.

1- النظام الدولي الجديد:

النظام الدولي الجديد اصطلاح في السياسة بدأ استخدامه بشكل واسع نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات من القرن العشرين المنصرم، وبالتحديد مع ظروف تفكك الاتحاد السوفيتي، حيث اقترن بالعولمة ليعبر عن انتقال عمليات السلع ورؤوس الأموال وتقنيات الإنتاج والأشخاص والمعلومات بين المجتمعات البشرية بحرية ودون قيود، لكنه ومن الناحية العملية يعبر عن اتجاه للهيمنة على مقدرات العالم من طرف واحد (أمريكا) أو ما يسمى بالقطب الواحد.

وهو بوجه العموم مصطلح ظهر على الصعيد الأكاديمي أول مرة بداية الستينيات عندما استعمله المحامي الأمريكي المتقاعد كرنفينك كلارك، والذي عمل مستشاراً لعدد من وزراء الخارجية في البيت الأبيض في الثلاثينيات والأربعينيات من القرن الماضي، لكنه ورغم الظهور المذكور لم يُدرج تعبيراً عاماً في الفكر

السياسي إلا بعد ثلاثين عاماً على وجه التقريب، وكان أول من استخدمه بمعناه الحالي أواخر الثمانينيات غورباتشوف 1989 [1].

إلا أن شيوعه "المدوي"، لم يتأت له إلا على لسان الرئيس الأمريكي جورج بوش إثر انفجار أزمة الخليج الثانية في عام 1990، وقد استطاع الرئيس الأمريكي توظيفه بذكاء لحشد التأييد الدولي ضد العراق والحصول على غطاء شرعية من منظمة الأمم المتحدة، بالتالي ردع "التطلعات الإقليمية" للعراق عبر تدمير آلة الحرب التي جعلت منه قوة عسكرية لا يستهان بها في ذلك الوقت [2]. يقول جورج بوش: "إن حرب الخليج كانت المحك الأول لنظام دولي جديد، وإن أركان النظام الدولي هي: تسوية المنازعات بالوسائل السلمية، والتضامن الدولي في مواجهة العدوان، والعمل من أجل تخفيض مخزونات الأسلحة وإخضاعها للسيطرة ومعاملة الشعوب معاملة عادلة" [3].

وفي الواقع، إن النظام الدولي الجديد لم تركز فيه حرب الخليج إلا جانبه "الاستقطابي" على اعتبار رفض الاتحاد السوفيتي (سابقاً) للطرح الأمريكي وعدم رسو المجموعة الأوروبية على موقف متجانس، وعلى اعتبار حياد اليابان، وانضباط "المجموعة العربية" والطرح الجديد بحكم ولاء معظمها للولايات المتحدة الأمريكية.

ما يشد الملاحظ للتطورات العالمية التي واكبت خطاب النظام الدولي الجديد، ملامحه التكنولوجية البارزة والتي أهلت الولايات المتحدة بامتياز لاحتلال مركز الصدارة بدون منازع في إعادة تشكيل بنية العلاقات الدولية لما بعد الحرب الباردة.

ويوجز علي الدين هلال هذه الملامح في خمسة ملامح يعتبرها أساسية

لفهم انتقال العلاقات الدولية من نظام تقليدي إلى نظام جديد:

الملح الأول: ويتمثل في الثورة الهائلة في وسائل الاتصال ونقل المعلومات

وسرعة تداولها عبر الدول، وما ترتب على هذا من اختصار غير معهود للزمن

والمسافات بين مختلف مناطق العالم، الأمر الذي جعل أفكارنا ومفاهيمنا عن

الظواهر والأشياء تتأثر إلى حد بعيد بالأحداث الجارية والتطورات المتلاحقة على

امتداد هذا العالم... وإلى الحد الذي حمل بعض المفكرين الاجتماعيين مثل آلفن

توفلر على التساؤل بشأن مدى قدرة الإنسان على التكيف مع هذه الدرجة غير

المسبوقة من السرعة في تداعي الأحداث وتلاحقها.

الملح الثاني: ويتجلى في خاصية الثورة العلمية والتكنولوجية التي أغرقت

"المجتمعات" بالسلع والأجهزة والمعدات ووسائل إنتاج العلم والمعرفة وتوزيعهما

واستهلاكهما: "فإذا كان العالم قد انتظر ما يقرب من 1800 عام حتى تبدأ الثورة

الصناعية الأولى، ولم يدخل عصر الثورة الصناعية الثانية إلا بعد مئة عام من

ذلك التاريخ، واحتاج فقط إلى ما يزيد على ربع قرن ليدخل عصر الثورة الصناعية

الثالثة، إلا أنه أصبح اليوم وربما في أقل من عشر سنوات على مشارف ثورته

الصناعية الرابعة".

الملح الثالث: ويكمن في تزايد الاعتماد الدولي المتبادل، لاسيما مع

تصاعد ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات، إذ "أصبح من الشائع اليوم أن نجد

العديد من المنتجات الصناعية (سيارات، أجهزة إلكترونية، حاسبات آلية... الخ)

يتم تجميع مكوناتها في أكثر من دولة بحيث تقوم كل واحدة منها بالتركيز، أو

التخصص في صنع أحد هذه المكونات فقط".

الملح الرابع: ويستشرف من الخاصية العالمية (أو الكونية) للمشاكل الدولية الكبرى (كالتلوث والإرهاب والمجاعة... الخ) حيث لم تعد تقتصر على النطاق الإقليمي لمجموعة من الدول، وإنما امتدت آثارها ونتائجها إلى دول أخرى متباعدة جغرافياً...".

الملح الخامس: ويرتبط بالتبادل الكبير الذي طرأ على مبدأ السيادة الوطنية بمفهومها القانوني التقليدي، بمعنى أن القضايا القومية (الإقليمية) لم يعد يتطلب حلها معالجة فوق قومية فحسب، لكن تدخلاً دولياً مباشراً كالذي وقع في الصومال لإنقاذ شعبه من المجاعة، وخصص له شعار "إعادة الأمل"، وهو التدخل الذي بدأ يمرر عبر مبدأ "التدخل الدولي لأغراض إنسانية"[4].

هذه الملامح الخمسة الكبرى هي التي أسست لأطروحة "النظام الدولي الجديد" وكرست له بالتأكيد كمرجعية أولى في العلاقات الدولية الجديدة.

1-1 سمات النظام الدولي الجديد:

ما يشد انتباه الملاحظ لطبيعة العلاقات بين الدول، منذ سقوط الاتحاد السوفييتي وانتهاء حرب الخليج، وبمعنى آخر، ما يميز النظام الدولي الجديد:

1-1-1 تهميش الأمم المتحدة وتغييبها كمنظمة عالمية:

فمن الملاحظ التراجع الخطير الذي تشهده هيئة الأمم المتحدة في ظل النظام الدولي الجديد، فبغض النظر عن تركية المنظمة (بمعنى تركية أعضاء مجلس الأمن الدائمين) لحرب الخليج وتواطئها الصارخ في تشديد العقوبات الاقتصادية على العراق، فإن قراراتها غالباً ما تسير والرؤية الأمريكية ومصالحها الخاصة.

وخاصية التراجع هذه توازيها خاصية أخرى أشد خطورة: وهي خاصية التهميش في حل النزاعات والمشاكل الكبرى، فقد انفردت الولايات المتحدة (إلى حدٍ ما بتنسيق مع حلفائها الغربيين) بالعمل على حلها بعيداً عن تعقيدات "البيروقراطية الأممية"، ولعل التدخل الأمريكي في الصومال "لا اعتبارات إنسانية" تحت إشراف أممي خير دليل على ذلك، بالإضافة إلى "صنع العملية السلمية" في الشرق الأوسط، وكذلك فض "النزاع" بين جمهوريات يوغوسلافيا السابقة وغيرها. ما يميز "النجاحات" الأمريكية المذكورة (لاسيما في الشرق الأوسط ودول البلقان) تغيبها الواضح لدور الأمم المتحدة وتفعيلها لدبلوماسيتها الخارجية، وهو ما لم يكن ليتسنى لها في ظل القطبية الثنائية وظروف الحرب الباردة. وتهميش الأمم المتحدة وتغيبها كمنظمة عالمية، هدفها تكريس السلم والتعاون الدوليين، إنما هو أيضاً تهميش لأغلبية الدول الأعضاء (دول العالم الثالث) على المستوى الاقتصادي، بالتالي فالواقع الذي يسود في ظل النظام الدولي الجديد هو الذي جاءت المطالبة بالنظام الاقتصادي العالمي الجديد للحيلولة دون تعميقه: واقع الاختلالات والتباينات في العلاقات الاقتصادية بين دول الشمال ودول الجنوب، وهو الفجوات التي يرجع الإعلام السائد أسبابها إلى ضعف قدرة التكيف التي تميز اقتصاديات دول الجنوب. فقد كشف تقرير البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة عن معطيات إحصائية لا مجال للتعليق عليها إذ:

- إن 20 بالمئة من سكان العالم يحصلون على 82.2 بالمئة من مجموع دخل العالم، بينما الـ 20 بالمئة من سكان العالم الأكثر فقراً يحصلون على 1.4 بالمئة من دخل العالم والـ 20 بالمئة الأقل فقراً يحصلون على 1.9

بالمئة من دخل العالم وهناك 20 بالمئة ثلاثة فقيرة تحصل على 2.3 بالمئة من دخل العالم، وهذا يعني أن 60 بالمئة من سكان العالم يحصلون على 5.6 بالمئة من إجمالي دخل العالم.

- إن الدول الغنية تستهلك حوالي 70 بالمئة من الطاقة العالمية و 75 بالمئة من معادن العالم و 80 بالمئة من أخشابها و 60 بالمئة من طعامه، وفي الوقت نفسه يوجد في الوقت الراهن حوالي 2300 مليون من البشر يفتقدون إلى خدمات الصرف الصحي و 1300 مليون لا يستطيعون الحصول على مياه الشرب الصالحة، ناهيك عن انتشار المجاعات في العديد من الدول الإفريقية.

- وعن فوارق الغنى والفقر يقول التقرير إنه "في عام 1960 كان دخل الفرد في مجموعة الـ 20 بالمئة من سكان العالم (الذين يعيشون في الدول المتقدمة) أكثر من دخل الفرد في مجموعة الـ 20 بالمئة الذين يعيشون في الدول الأكثر فقراً بحوالي 30 ضعفاً، وفي عام 1989 تزايدت الفجوة ليصبح الفارق بين دخل الفرد في المجموعتين حوالي 60 ضعفاً.

ويضيف التقرير: إن "خسارة دول الجنوب نتيجة الأوضاع غير المتكافئة في العلاقات التجارية والمعاملات المالية الدولية تمثل أضعاف ما تحصل عليه هذه الدول من معونات خارجية إذ تكلف دول الجنوب حوالي 500 مليار دولار سنوياً"[5].

والتهميش فضلاً عما سبق أخطر بكثير لو نحن تأملنا المشهد الإعلامي السائد ولو بإيجاز:

فعلى مستوى تمركز الأقطاب الإعلامية والاتصالية العملاقة نلاحظ "أنه من بين أول 300 من شركات الإعلام والاتصال، 114 أمريكية، و 80 غرب أوروبية، و 49 يابانية. وضمن أول 75 من شركات السمي-البصري، نجد 39 أمريكية، و 25 غرب أوروبية و 8 يابانية. وفي قطاع خدمات المعلومات والاتصالات، نجد أنه ضمن أول 88 من الشركات، 39 أمريكية، و 19 غرب أوروبية، و 7 يابانية. وفيما يتعلق بالتجهيزات نجد أنه من بين أول 158 من الشركات، 75 أمريكية، و 86 غرب أوروبية، و 33 يابانية، والباقي يوجد في دول الشمال كأستراليا أو كندا..."[6].

2-1-1 التحديد النسبي لدور وسائل الإعلام:

مما نلاحظه باستغراب، إلى جانب كل ما سبق، التحديد النسبي لدور وسائل الإعلام في تغطية مراحل المفاوضات التي - عموماً - تسبق حل الأزمات، إذ غالباً ما يتم الإعلان عن حل أزمة معينة بإمضاء الاتفاق بالأحرف الأولى في طقوس من الإخراج التليفزيوني المحض، والإشارة هنا بالخصوص للطقس الذي ميز التوقيع على اتفاق الحكم الذاتي الفلسطيني بواشنطن والتوقيع على اتفاقية دايتون حول يوغوسلافيا السابقة بباريس.

2- إعلام "النظام الدولي الجديد":

أن نتكلم عن "إعلام النظام الدولي الجديد" بعد انتهاء الاتحاد السوفيتي وحرب الخليج الثانية، لا يعني - كما ذكرنا في موضع سابق - أن النظام و "إعلامه" قد أسس لهما نشأة وتشكلاً، واستقرت مكوناتهما ليصبحا مرجعية أولى في العلاقات الدولية.

فلا يعني هنا النظام الدولي الجديد (والإعلام أحد مكوناته البنيوية الأساسية) من ناحية هيكلته ولا مستوى التزام الدول به كمرجعية لهذه العلاقات (وسببنا في هذا تراجع الخطاب المروج له منذ وصول الديمقراطيين إلى السلطة في الولايات المتحدة)، ولكن ما يهمننا بالأساس، تداعياته ودرجة احترام القيم التي تبناها واضعوه.

وللوصول إلى هذه التداعيات، ينبغي أن نعود لنتوقف عند الملامح الخمسة التي أسست للنظام الدولي الجديد، وتحديدًا الملمحين الأول والثاني، لكونهما يدلان على توظيف الولايات المتحدة لهما قبل وأثناء حرب الخليج الثانية، وقد تعددت الأدبيات في هذا المجال وتنوعت.

ما يقدم لإشكاليتنا، ليس تبني هذه الأدبيات للنظام الجديد، فقد تبناه جانب كبير منها، وعارضه جانب آخر، وتحفظ على طرحه جانب ثالث، ولكن توظيف تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال للترويج للنظام الجديد أثناء تغطيتها لحرب الخليج الثانية.

وتغطية أزمة الخليج هذه في ظل النظام الدولي الجديد تسائل الباحث والمتتبع على أكثر من مستوى:

- المستوى الأول: لم يسبق في تاريخ الإنسانية أن "تمتعت" الصراعات والحروب بين الدول والشعوب بالسرعة التي حسمت بها ولا التغطية الإعلامية الشاملة والمستمرة كالتي شهدتها حرب الخليج الثانية.

فإذا كانت الحرب قد حسمت لصالح التحالف الغربي في فترة جد وجيزة من الزمن، فذلك راجع بالأساس للتطورات العميقة التي عرفت التكنولوجيا الحربية عتاداً وبرامج في مجال الدفاع وبناء القدرات العسكرية (توظيف الرادارات،

استعمال الأقمار الصناعية في نقل المعلومات، استخدام الإلكترونيات في تحديد الأهداف...الخ).

وإذا كانت دول العالم قد تمكنت من متابعة أطوار الحرب على مدى 24 ساعة متكاملة، فالفضل في ذلك يرجع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ذات البث المباشر والسرعة الفائقة في تغطية مجموع نقاط الكرة الأرضية.

- المستوى الثاني: لم تتركس حرب من حروب ذي قبل التلفزة كوسيط أسمى يعلو بامتياز على باقي الوسائط السمعية البصرية كالذي كرسه حرب الخليج الثانية، فحرب الخليج هي الأولى من نوعها التي تمكنت من ترسيخ هيمنة التلفزة على باقي وسائل الإعلام المنافسة لاسيما المكتوبة منها والتي أرغمت للتكيف مع واقع الأمور، مهمة في ذلك دورها التثقيفي والفكري.

ولعل الشبكات الأمريكية الكبرى كشبكة CNN (الذائعة الصيت في تغطيتها المباشرة والمستمرة لحرب الخليج) من الشبكات التي رسخت تربع التلفزة على قمة وسائل الإعلام والاتصال الأخرى.

- المستوى الثالث: لم توصف حرب من قبل بحرب التضخيم والفرجة كما وصفت تغطية حرب الخليج الثانية، فلم يكن الهدف الأساسي من النقل المباشر والحي لوقائع الحرب وتطوراتها تنوير الرأي العام (الأمريكي منه على وجه الخصوص) قدر ما كان يعرض للحرب في إطار من الإخراج التلفزي والسينمائي على النمط الهوليودي كما يستلطف الشعب الأمريكي أن يقدم رجل إعلام تقريره الصحفي على متن ناقلة جنود أو على متن سيارة حرب (شار)، أو أن "يخرج" صحفي آخر استجاباً من قلب بغداد مع الرئيس العراقي، فكلاهما ضرب من ضروب التضخيم والفرجة التي "تتلذذ" بإخراجها وإذاعتها لجمهور متعطش القنوات

التلفزية ذات البث الكوني المباشر لدرجة تقديم الحرب "كمزيج بين لورنس العرب وحرب النجوم".

- المستوى الرابع: لم يسبق لسلطة، اصطلحت لنفسها السلطة الرابعة، كسلطة وسائل الإعلام والاتصال (على اعتبار استقلاليتها ورفض خضوعها للضغوطات) أن رضيت عنها المؤسسة التنفيذية كما رضيت أثناء تغطيتها لحرب الخليج الثانية.

تقول مارلان فيتز ووتر، الناطق الرسمي باسم البيت الأبيض في عهد جورج بوش، إن "الرئيس قد رأى في التغطية الإعلامية لهذه الحرب شيئاً ممتازاً" [7].

- المستوى الخامس: لم يسبق لوسائل إعلام واتصال في حرب سابقة أن كيفت ونمطت سلوك "الاستهلاك الإعلامي" كالذي مارسته عليه هذه الوسائل أثناء حرب الخليج الثانية، فأول مرة يفصل التعليق عن التحليل على أعلى مستوى، ولأول مرة يتحول الصحفيون إلى "صناع تاريخ" على اعتبار ما روجوه كقولهم بأن عقدة فيتنام قد انمحت وأن الجندي الأمريكي قد استرجع كرامته.

- المستوى السادس: لم يسبق لسلطة، تدعي كونها سلطة رابعة، أن خضعت خضوعاً شبه مطلق للتعليمات العسكرية كالذي لمسناه أثناء تغطية هذه السلطة لأطوار حرب الخليج الثانية.

يقول أحد الصحفيين إن "الرئيس بوش والعسكريين قد نجحوا في مراقبة الخبر لدرجة أنهم لم يمرروا إلا الأشياء التي أرادوا تمريرها، والأدهى من ذلك أن الصحافة والجمهور قبلوا بالبث المنتقى" [8].

وقصد القول إن تحرك "الآلة الإعلامية" إنما كرس وبامتياز لخدمة الأغراض الحربية والدعائية التي رسمتها المؤسسة العسكرية والحيلولة دون تكرار تجربة التغطية الإعلامية التي واكبت حرب فيتنام.

وقد ذهبت الرقابة العسكرية لدرجة منع بعض "المحللين الموضوعيين" من التعبير عن رأيهم في الشبكات التلفزية الرسمية، أو جعل هذه الشبكات تعرض عن بعض الوجوه البارزة كالذي جرى للقس جسي جاكسون للاشتباه بعلاقاته مع كبار المسؤولين العراقيين.

هذه المستويات الستة إنما سقناها للإشارة إلى طبيعة وأهداف "النظام العالمي الإعلامي" الذي واكب حرب الخليج الثانية وطرح "النظام الدولي الجديد". وعلى الرغم من تقلص الخطاب الذي ساد طيلة حرب الخليج وبعدها، على إثر انهزام جورج بوش في الانتخابات الرئاسية، فإن الظروف الدولية الراهنة لا تزيد إلا تكريساً على مستوى الممارسة لا فيما يخص العلاقات السياسية بين الدول فحسب، ولكن أيضاً للعلاقات الاقتصادية والإعلامية الدولية السائدة.

- فالثورة التكنولوجية، في ميدان المعلومات والإعلام والاتصال، لم تزد وضعية اللاتوازن بين الشمال والجنوب إلا تعمقاً وتجذراً لا فيما يخص التقنيات والوسائل والتجهيزات فقط، بل فيما يتعلق بالمضامين والمحتويات.

- وثورة العولمة، لم تساهم فقط في تعميق وضعية اللاتوازن الملاحظة هنا بقوة، بل أسست لها وشرعت، بعد ما تم لها انتصار الليبرالية وانقراض الاتحاد السوفيتي، وتقلص حجم دول العالم الثالث كمنظومة ضغط منظمة.

- وبروز أحداث كبرى في العلاقات الدولية (كحرب الخليج الثانية وانفجارات 11 أيلول بنيويورك وواشنطن) لم تعد معها مبادئ مشروع اليونسكو إلا ضرباً من ضروب الشعارات ومادة للأدبيات ليس إلا.

وبناءً على هذا، فالنظام الإعلامي الذي نتحدث عنه، لن يكون شبيهاً في المظهر أو في الجوهر لذاك الذي نادى به منظمة اليونسكو أواخر سبعينيات القرن الماضي، وأدى الإلحاح في اعتماده إلى انسحاب الولايات المتحدة وبريطانيا من المنظمة إياها.

هو نظام سيقوم على النقيض منه... وسيبنى دون شك، على الدوافع الفلسفية والمبدئية ذاتها التي دفعت بها الولايات المتحدة إبان مناقشة اليونسكو للنظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال نهاية عقد السبعينيات من القرن العشرين، ولم تتمكن حينها الولايات المتحدة من فرضها أو تمريرها [9]. هناك فيما نتصور، ثلاث حقائق أساسية لهذا النظام الإعلامي الجديد، هي إلى المفارقات أقرب منها إلى الإرهاصات:

- الحقيقة الأولى وتكمن في المفهوم الملتبس الذي ما فتئت الولايات المتحدة تدفع به كلما تعلق الأمر بتيارات التدفقات الإعلامية بين ما يمكن أن نسميه هنا تجاوزاً بالشمال والجنوب.

فالولايات المتحدة، في فلسفتها كما في مرجعيتها، آمنت ولا تزال تؤمن أشد ما يكون الإيمان، بحرية التدفقات إياها ومركزية الانسياب الحر للمعلومات والمضامين دونما عوائق أو حدود.

هو الموقف نفسه الذي نتيجة ما لقيه من رفض واعتراض جعل الولايات المتحدة تتسحب من اليونسكو وتكرسه لأكثر من عقدين بطريقتها.

لا تكمن المفارقة هنا في عدم نجاح الولايات المتحدة في تمرير الموقف ذاته ولا في إصرارها على اعتماده بل، في التهميش الذي طاله من قبل الولايات المتحدة نفسها عقب حرب الخليج الثانية وبالأساس في خضم الانفجارات التي تعرضت لها في الحادي عشر من أيلول وما استتبعها من أحداث.

لم يعد الانسياب الحر للمعلومات ولا الحق في الإعلام والمعرفة ولا البلوغ المتساوي لمصادر الخبر ولا غيرها، لم يعد لها من كبير اعتبار لدى الولايات المتحدة بعد ما تعرضت له من تفجيرات.

فالتعتيم كان ولا يزال على أشده، وسبل بلوغ مصادر الخبر متعذرة والحق في الإعلام والمعرفة مدوس وسياسات ارتهان وسائل الإعلام لتبني "الحملة على الإرهاب" شاملة وممنهجة.

بالتالي، فلم يعد من قيمة تذكر هنا لمبدأ "التدفقات الإعلامية" الحرة (التي كانت الولايات المتحدة تعتبره عصب الرحى لبناء أي نظام إعلامي عالمي)، و لا لمبدأ "وصول المواطنين إلى مصادر الخبر دونما تمييز أو محدودية" ولا لأطروحة "انسياب المعلومات" دونما تدخل للدولة يذكر ولا لغيرها من المبادئ. - الحقيقة الثانية وتتمثل في "المستقبل المبهم" (بعد الأحداث إياها) لأطروحة "المجتمع الإعلامي العالمي" والتي ما فتئت الإدارة الأمريكية تراهن على أنها ستكون إحدى الرهانات الكبرى للقرن الحادي والعشرين.

لا يتعلق الأمر هنا بعزم الولايات المتحدة على تغطية الكرة الأرضية بشبكات من الأقمار الصناعية ذات الوظيفة الاتصالية والسمعية/البصرية والمعلوماتية (بهدف تمكين سكان "القرية الكوكبية" من بلوغ مصادر المعلومات والمعرفة)، ولا بنيته ربط مجمل دول العالم بشبكات افتراضية (تمكن من التعلم

عن بعد والتطبيب عن بعد والتخاطب بالصوت والصورة عن بعد وغيرها)، بل
أيضا تصميمها على جعل أدوات الثورة التكنولوجية هذه عامل تواصل بين
الشعوب وحواراً بين الثقافات ووسيلة " للعيش الحميمي " داخل القرية إياها.
لن يبقى لمواصفات "المجتمع الإعلامي العالمي" هذا من كبير أثر بعد ما
تعرضت له أمريكا من أحداث وما استتبع ذلك من ممارسات:

- فالقنوات التلفزية (الفضائي منها والأرضي) لم تمرر (ولن تمرر بعد
هذا التاريخ) من أخبار وتحليلات إلا ما أرادته الإدارة الأمريكية وارتضته...بالتالي
فارتهان حرية الممارسة الإعلامية من قبل المؤسسة العسكرية والتضييق على
الحق في الإخبار الحر والمستقل أصبحنا القاعدة والسمة المركزية للسلوك الرسمي
الأمريكي لا الاستثناء، ناهيك عن الرقابة الذاتية التي لا تعدو، في نهاية نهاية
المطاف، كونها استسلاماً من طرف المؤسسة الإعلامية.

- والبريد الإلكتروني (كما المواقع على شبكة الإنترنت) كما المكالمات
الهاتفية والمواقع المموسطة إعلامياً، أصبحت هدف مؤسسات الاستخبار
والتحقيقات والأمن العسكري، تماماً كما اخترقت حقوق الأفراد والجماعات في
التعبير الحر عبر الصحافة المكتوبة والتفكير المستقل داخل المنظمات
والمؤسسات الرسمية.

نحن إذاً كما بالحالة السابقة، بإزاء تنكر صارخ من قبل الإدارة الأمريكية
(ومن قبل غيرها من باقي الدول الغربية) لمبادئ لم تنجراً الإدارة إياها ولا الدول
تلك يوماً على المساس بها أو الطعن في استقلاليتها...

- الحقيقة الثالثة وتكمن بالأساس في الإحياء المؤكد لمنظومة الحرب
الإعلامية التي لطالما اعتمدتها الإدارة الأمريكية في حربها الباردة مع المعسكر

الشرقي وتراجعت، إلى حد بعيد، بعد تمزق المعسكر إياه وارتهان الولايات المتحدة لتوجهاته المستقبلية.

لا يتعلق الأمر هنا فقط بحرب من طبيعة الحروب النفسية التي غالباً ما اعتمدتها الولايات المتحدة زمن السلم كما زمن الحرب، ولكن أيضاً بحرب إعلامية جديدة غير مباشرة لا يقل مفعولها، في التصور الأمريكي، عن الحرب المباشرة، تستغل التطور المذهل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة البث المباشر بالأقمار الصناعية لتحقيق أغراضها.

وعلى هذا الأساس، فلم (ولن) يكن مسموحاً به القول - مثلاً - إن العمل لم يكن "عملاً إرهابياً"، ولا ترويج أن الحملة ذات أهداف أخرى غير هدف "استئصال الإرهاب من جذوره" ولا الاعتقاد بأن ما جرى ويجري ليس ضد دولة "الرفاهية والحرية والديموقراطية" ولا التصور بأن الانفجارات كانت رد فعل على سياسات محددة ولا غيرها.

لم يكن لنجاح الحرب الإعلامية هذه من موازٍ إلا النجاح الذي لقيته مصطلحاتها في وسائل الإعلام العالمية (بما فيها وسائل إعلام دول العالم الثالث) وفي الفضاء العام أيضاً، لا بحكم قوتها ورمزيتها الكبيرة فحسب، بل لأنها استوظفت في ذلك الآلة الإعلامية الأمريكية التي استتفرت مقراتها واستوديوهاتها للعمل على تركيزها في المخيال العام.

كيف إذاً لدولة استباححت أقدم مبادئها "مبدأ الحرية" وأفرغت مشروعها للقرن الحادي والعشرين -مشروع "المجتمع الإعلامي العالمي"- من مضمونه الأصلي المبني على التعاون وتكافؤ الفرص وخلق سبل التواصل والحوار، وأحييت طقوس حروب إعلامية شرسة اعتقد العديد أنها انتهت بانتهاء الحرب الباردة،

كيف لهذه الدولة أن تقيم نظاماً إعلامياً عالمياً وتؤمن على أن يكون أفقاً لنظام عالمي جديد؟.

كيف لها ذلك وهي التي تنكرت لمبادئ وأهداف كانت المدافع المستميت عنها حتى نهاية القرن الماضي؟.

قد لا يبدو الأمر عصياً على الفهم والتفسير، فالولايات المتحدة كرست بامتياز، منذ تقويض الامبراطورية السوفييتية، لنظام القطب الواحد، وأعلنت منفردة في أعقاب حرب الخليج الثانية، عزمها على إقامة نظام عالمي جديد، واستفردت دونما ردود فعل كبيرة تذكر بـ"رعاية" أكثر القضايا العالمية تعقيداً (فلسطين كما بالعراق كما بكوسوفو كما بغيرها).

بالتالي، فإذا لم تتكفل (وهي القوة الأولى عسكرياً وتكنولوجيا واقتصادياً) بوضع أسس هذا النظام، فمن يا ترى من شأنه أن يقوم مقامها أو لع من القوة ما يجعله قادراً على ذلك؟.

وإذا لم يرق النظام الإعلامي العالمي "المنتظر" من داخل قوة تتحكم في وسائله التكنولوجية ومضامينه المعلوماتية وبرامجه التلفزيونية والسينمائية وغيرها، فمن داخل أي جهة في العالم يمكنه يا ترى القيام؟.

هو استفهام أقرب إلى البديهة منه إلى التحليل، لكنه أقرب أيضاً إلى واقع الحال (في الزمن المنظور) منه إلى الواقع المراد قيامه.

2-1 سمات إعلام "النظام الدولي الجديد":

لن يكون النظام المزمع إقامته (أو من المفروض أن يقوم) نظاماً بالمعنى المنظومي للكلمة، بقدر ما سيكون صورة طبق الأصل (أو تكاد) لما ساد ولا يزال سائداً إلى اليوم:

1-1-2 سيكون، دون شك، (كما كان ولا يزال) لامتوازن البنية وغير مهيكـل الشكل... إذ من المرجح أن يبقى سريان الخبر، في خضمه، عمودياً وانسياب المعلومات بداخله هرمياً.

2-1-2 وسيكون بالتأكيد غير منصف كما كان ولا يزال، إذ لن تزداد وتيرة التعقيم بداخله إلا اشتدادا ولن تعرف سبل التحريض من بين ظهرائه إلا استقواء (بشأن "الإرهاب" حالا كما بشأن غيره استقبالاً).

3-1-2 وسيكون، دون التباس، غير عادل كما كان عليه الحال في الماضي ولا يزال، إذ لن يكون في إطاره من وسيلة لباقي الدول (لاسيما دول العالم الثالث) كي تبلغه أو تبلغ رسالتها عبره أو تبرز صورتها من خلاله.

4-1-2 وسيكون، فضلاً عن ذلك، مرتكزاً حول احتكار التكنولوجيا المتقدمة ومعارفها... إذ ستزداد بموجبه "الهوة الرقمية" بين من يملكون ومن لا يملكون، بين من يعرفون ومن لا معرفة لهم لا بين الدول فحسب، بل أيضاً داخل الدولة الواحدة (أو القارة الواحدة كما هو شأن إفريقيا ودول آسيا وغيرها) [10].

3- الدول العربية وإعلام "النظام الدولي الجديد":

يحمل التاريخ الحديث في ثناياه كثيراً من مؤشرات الاستغلال والتنافس تغيرت أشكال التعبير عنها وتنوعت مصادرها تبعاً للظروف المحيطة، فكان الأمر بعد الحرب العالمية الأولى استعماراً عسكرياً واقتصادياً وسياسياً مباشراً، تغيرت أنماطه بعد الحرب العالمية الثانية تبعاً لمجريات تلك الحروب، ومعطيات التطور الذي صاحبها، فكان استعماراً غير مباشر وتوزيعاً مبطناً لمناطق النفوذ دفع إلى تحالف غالبية الدول ذات المصالح وتكتلها في معسكرين ينحو الأول منح

رأسمالياً، ويتجه الآخر اتجاهاً معاكساً نحو الاشتراكية انتهى سريعاً مع بداية التسعينيات تاركاً الساحة برمتها للمعسكر الأول متمثلاً بالولايات المتحدة الأمريكية التي زادت من سرعتها لملء الفراغ، وكثفت من جهودها للتوسع في مناطق النفوذ بخطوات مدروسة سميت بالنظام الدولي الجديد لينسجم ومتغيرات هذا العصر والنظم السياسية والتطورات التقنية السائدة فيه.

ورغم ما تحقق لأمريكا من كسب في هذا المجال إلا أن الصورة مازالت معتمة وبعض أجزائها لم تكتمل بالطريقة التي أرادتتها طرفاً واحداً، لأن العالم بطبيعته وعبر تاريخه الطويل لم يكن حكراً لأحد، وهذا يعني أن الصراع بينها من جهة وبين أطراف أخرى لا تتفق وتوجهاتها من جهة أخرى يمكن أن يطفو على السطح في الوقت الحاضر، أو المستقبل القريب، ومن بين تلك الأطراف سيكون العرب هم المستهدفون من قبل المعنيين بهذا النظام لعدة أسباب بينها :

3-1 إن العديد من المعطيات تشير إلى أن مقاومة النظام الدولي الجديد ستكون في الوطن العربي وبقية الدول الإسلامية التي تدرك أن التركيز بات على وجودها واستمرار بقائها، وهو إدراك يثير المعنيين بذلك النظام ويدفعهم إلى المقاتلة بكل الوسائل المتاحة للحيلولة دون حدوثه.

3-2 إن التطورات وشكل الصراع وطبيعة التوازنات في المنطقة العربية محسوبة في الاتجاه المعاكس لرغبة الأبناء ومصالحهم، وهذه حسابات سوف تجعل المعنيين بالنظام الدولي الجديد يتوقفون عند خطوط حمراء محددة لا يسمح بتجاوزها، ومن يخض غمارها بصدق سيكون هدفاً مباشراً لهم.

3-3 تتبنى العديد من الدول العربية آراء ومواقف في القضية الفلسطينية - بؤرة الصراع الساخن في المنطقة - تتعارض مع الوجود الصهيوني، واتجاهات النظام

العالمي الجديد في تجسيده على أرض الواقع، وهي آراء يحارب الصهاينة والمعنيون بذلك النظام صفاً واحداً لإسكاتهما.

3-4 وإذا ما أضفنا مواقف الشعوب العربية والإسلامية إلى ما ورد أعلاه نستنتج أنها جميعاً مؤشرات لا تدع مجالاً للشك في أن المعنيين بهذا النظام سوف لن يكونوا مكتوفي الأيدي أمام احتمالات الضرر الذي يمكن أن يصيبهم وحلفاءهم انطلاقاً من المنطقة العربية، وإذا ما قللنا من احتمالات استخدام الخيار العسكري الشامل للتعامل مع هذه الحقيقة في وقتنا الراهن على أقل تقدير لاعتبارات يتعلق بعضها بسيناريو احتلال العراق للكويت ونتائج حرب الخليج الثانية التي تركت نقاطاً عدة في عقول أهل المنطقة لا تود أمريكا خوض غماره (الخيار العسكري المباشر) قبل حصول النهاية ومحو الكثير من الآثار المترسبة لتلك النقاط من الذاكرة الشعبية العربية القريبة، ويتعلق بعضها بعدم رغبة معظم الأنظمة السياسية في المنطقة العربية في قبول قوات أجنبية هجومية على أراضيها قد تستفز شعوبها بمستويات يصعب السيطرة عليها، ويتعلق بعضها الآخر بظهور أصوات على مستوى الغرب القوي بالحد من سياسة التفرد في النظام الجديد، وظهورها يدفع إلى التريث في استخدام القوة العسكرية للتدخل المباشر في الوقت الحاضر على أقل تقدير، هذا وعندما لم يحد خيار الاستخدام المباشر للقوة في المنطقة العربية، أو عندما يعتقد أن استخدامه سيتسبب في آثار سلبية محتملة تفوق مقاديرها العوائد الإيجابية المحتملة، فلا بد والحالة هذه من أن يفكر المعنيون بالنظام المذكور بوسائل وأسلحة أخرى لا تقل تأثيراتها المطلوبة عن الصدام المسلح إن لم تزد عليه، وبالتالي فـللسلاح النفسي الأكثر احتمالاً وملاءمة مع بدايات قرن جديد وفلسفة سياسية جديدة (النظام العالمي الجديد) سيكون الإعلام وخاصة السمعى - البصري منه [11].

والعالم العربي من المحتمل (من المؤكد كما يقول البعض) سيكون مادة النظام الإعلامي العالمي الجديد وفضاءه:

- فهو المستهدف حالياً من "الحملة على الإرهاب" لا كأفراد ومنظمات فحسب بل وكذلك كدول وشعوب.

- وهو المستهدف الأول من الحملة إياها، عبر اختزال العروبة بداخله وربطهما بـ "الإرهاب"، وباستهداف "دولة الرفاهية والحرية والديموقراطية وقيم الأخلاق الليبرالية"!

- وهو المستهدفة صورته تشويهاً وتحريضاً وتجريحاً مباشراً.

وبالتالي، هل من المفروض أن يفرز النظام الإعلامي العالمي (حال تأسيسه وتكريسه على أرض الواقع) أنظمة إعلامية مستقلة لا كرافد من روافده (ما دام مكمّن ضيم وتجبر)، بل - بالأساس - للعمل على كبح جماحه والحيلولة دون مخاطره؟.

لن يكون من بد في ذلك -فيما نعتقد- بالنسبة للعالم العربي على الأقل، ليس فقط كردة فعل على سلوك النظام الدولي، بل وبالأساس كفعل مباشر يستهدف تحسين صورة العرب في العالم، وتقديمها كما هي لا كما يريد لها الغرب والصهيونية أن تكون.

إذاً لا بد للعرب من إقامة نظام إعلامي عربي متكامل، وليس هذا الطرح إملاءً عاطفياً ولا ضرباً من ضروب المزايدة الكلامية (كما كان الشأن في الأدبيات الرائجة قبل أحداث الحادي عشر من أيلول) بل هو طرح موضوعي ستزداد حدته بازدياد حدة التضييق على العرب.

ولكن، ما السبيل إلى إقامة نظام من هذا القبيل في غياب الحد الأدنى من التنسيق العام في ذلك بين الدول العربية؟ أليس من المفروض أن يكون التنسيق شاملاً كي لا يصبح التنسيق الإعلامي بمقتضاه عصياً؟.

وهو تساؤل صائب، إذاً لا سبيل إلى إقامة نظام عربي جديد سوى بالتفاهم والتعاون والتنسيق بين دول المنطقة العربية كافة، ليس فقط كـرغبة ذاتية ونفسية للشعوب العربية، بل أيضاً لمواجهة التحدي الذي سترفعه الولايات المتحدة وإسرائيل (والغرب بوجه عام) على العرب والعروبة والذي ستزداد حدة توتره في اعتقادنا خلال العقود القادمة من القرن الحادي والعشرين.



مصادر الفصل التاسع

- 1 - صادق جلال العظم. "ما هي العولمة"، ورقة بحث مقدمة للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1996.
- 2- www.elyahyaoui.org/iich/tiraki24-06-96.htm
- 3 -في خطاب للرئيس الأمريكي السابق بالكلية الحربية بقاعدة ماكسويل الجوية. أورده علي الدين هلال في: "النظام الدولي الجديد: الواقع الراهن واحتمالات المستقبل"، مجلة عالم الفكر، مج23، ع3 و ع4، آذار ونيسان 1995.
- 4 -المصدر السابق نفسه.
- 5 -البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، التقرير الثالث عن: "التنمية البشرية لسنة 1992"، أورده حسنين توفيق إبراهيم، في: "النظام الدولي الجديد في الفكر العربي"، مجلة عالم الفكر، مج23، ع3 و ع4، آذار ونيسان 1995.
- 6- Decornoy. J, aux ordres du nord , In manier de voir No.14, fevrier 1992.
- 7 -ورد في شبكة CNN بتاريخ 26 كانون الثاني 1991.
- 8- Wicker. T, Anunknown Casualty, The New York Times, 20 Mars 1991.
- 9- www.elyahyaoui.org/iich/tiraki24-06-96.htm
- 10 المصدر السابق نفسه.
- 11-www.annabaa.org/nbass/harbnafsia.htm

الفصل العاشر

النظام العربي للإعلام والاتصال *

المحتويات:

تمهيد.

- 1- البعد العربي للنظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال.
- 2- عن الممكن في "النظام العربي للإعلام والاتصال".
- 3- عن الواجب عمله في "النظام العربي للإعلام والاتصال".

* د. سميرة شيخاني

النظام العربي للإعلام والاتصال

تمهيد:

لا يستطيع أحد الادعاء الجازم بوجود إعلام عربي بالمعنى المنظومي للكلمة، أو بالقياس إلى تصنيف من التصنيفات معتمد، فلكل دولة عربية إعلامها (أو لنقل طريققتها في الإعلام)، ولكل دولة قنواتها التلفزيونية العام منها والخاص، ولكل دولة خطابها الإعلامي، ولكل منها "مرجعيتها"، ولا تلتقي مجتمعة بالتالي إلا في لغة التخاطب وفيما رسم لها من خطوط حمراء ومحذورات.

الإعلام في المنطقة العربية مبني على القطرية، ومرتكز حول الحاكم، ولا يعبر كبير اعتبار مقولة الرأي العام، أو مبدأ "نسبة المشاهدة" أو غيرها.

ويعاني إضافة لهذا من أمرين اثنين:

الأمر الأول: التخلف عن مسار التحولات السياسية والتكنولوجية الإعلامية وعن إدراك دلالاتها الجديدة.

الأمر الثاني: العجز عن القيام برسم استراتيجية ذاتية تجعله قادراً على تجاوز التبعية المادية (الوسائل) والسياسية (المخططات الإعلامية) بالعالم المتقدم.

إنّ الأمرين متداخلان، فكلاهما ينتج الآخر: التخلف يضمن التبعية والتبعية تؤيد التخلف.

لكن، هل معنى هذا أن لا إمكانية هنا لخلق نهضة في مجال الإعلام والاتصال بالنسبة للعالم العربي، وهي النهضة التي يستحيل من دونها الحديث عن نهضة عربية شاملة بالنظر إلى دور هذا العنصر في كل نهضة متوخاة؟

إن إقامة نظام إعلامي عربي يظل ممكناً متى استطاعت الدول العربية تحقيق مجموعة من الشروط، فالوطن العربي قوة اقتصادية وعلمية ضخمة، و طاقة ثقافية تضمنها وحدة الدين واللغة والحضارة، وهي الأمور التي من شأنها أن تشكل أرضية لخلق تكامل اقتصادي وسياسي متين، "فلا نظام إعلامي عربي بدون نظام عربي".

لكن هذه الأمانى وتلك ليس من الممكن أن تنتقل إلى مستوى الفعل ما لم يحقق هذا العالم العربي وعياً حقيقياً بعصره وبمستوى الطفرات التي يراكمها المجتمع المتقدم علمياً ومعرفياً و تقنياً [1].

1 البعد العربي للنظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال:

أن نتوقف عند البعد العالمي للإعلام والاتصال يعني بالنسبة لنا أمرين أساسيين اثنين:

الأمر الأول ويتعلق بمركزية اشتغاقات النظام العالمي الإقليمية على اعتبار الخصوصيات الحضارية و الاختلافات الثقافية التي تطبع مختلف الجهات المكونة لما يسمى بالعالم الثالث .

الأمر الثاني ويرتبط بالإمكانية الفريدة التي تميز النظام العالمي في مد جسوره على النظام العربي حيث المجال فسيح لإبراز نظام إعلامي عربي جديد يستمد أصوله من النظام العالمي من جهة، و من الوضعية الفريدة التي يمتاز بها العالم العربي و القائم على الروابط المتينة التي امتدت عبر التاريخ وانبتت على اللغة و الحضارة المشتركة و الدين من جهة أخرى.

والمناداة بضرورة إقامة نظام عربي جديد للإعلام و الاتصال يغطي الرقعة العربية بأكملها (من الماء إلى الماء كما يقال) لا يتنافى وفلسفة النظام العالمي و

لربما يكرسها خير تكريس لا في بعدها القانوني (حرية الصحافة والتعبير، الحق في الاتصال....الخ) أو الاقتصادي (على اعتبار البعد الاقتصادي لوسائل الإعلام والاتصال) أو التقني (توظيف التكنولوجيا المتاحة في تعميق التكامل) ولكن أيضاً في بعدها التربوي (توظيف وسائل الإعلام والاتصال للأهداف التربوية) والثقافي (تعميق الإنتاج الثقافي ونشره على أوسع نطاق)، ويعني هذا بإيجاز توافر المقومات المثلى للنظام العربي في مد جسوره والنظام العالمي.

وعلى هذا الأساس فالنظام العربي للإعلام والاتصال يلتقي والنظام العالمي لا في المبادئ الأساسية فحسب (توظيف وسائل الإعلام والاتصال لتكريس مبادئ التعاون والسلم والحرية وحقوق الإنسان...الخ) ولكن أيضاً في أهدافه الفرعية، وهو أمر بديهي كون الأول فرعاً طبيعياً من الثاني.

فكلاهما مطالب بضرورة إقرار نظام اقتصادي عالمي جديد كمطلب لإقامة علاقات دولية عادلة متوازنة وضامنة للحق في التنمية والتقدم.

وكلاهما ينادي بضرورة احترام الخصوصية والهويات الثقافية لدول العالم الثالث (والوطن العربي جزء منه) عبر تنظيم وتقنين التدفقات الإعلامية الأحادية الجانب.

وكل منهما يتبنى ضرورة إقرار حق الدول والشعوب والأفراد والجماعات في الاتصال والتواصل.

وكلاهما يأمل تدعيم التعاون الإعلامي على المستوى الدولي لاسيما أن معظم دول العالم الثالث لا تتوفر لها الإمكانيات الكافية لتشييد البنى التحتية الضرورية للعملية الإعلامية والاتصالية.

إلى أن النظام العربي للإعلام والاتصال يتجاوز إلى جانب أوجه الالتقاء بينه وبين النظام العالمي هذا الأخير على اعتبار خاصية الوطن العربي من الناحية الثقافية واللغوية والدينية ولنقل الحضارية [2].

بالتالي فالمطالبة بنظام عربي جديد يتأتى في اعتقادنا من ملاحظة واقعين اثنين:

الواقع الأول: اختلال التدفقات الإعلامية الكمية بين المنطقة العربية والدول المتقدمة لصالح هذه الأخيرة، إذ خلص مسح لبرامج التلفزيون لخمس دول عربية (هي مصر وتونس وسوريا واليمنين) إلى أن ما يناهز 70 % من البرامج التلفزية مستوردة من الخارج ناهيك عن العدد الهائل من البرامج التي تمرر حالياً عبر وسائل البث المباشر.

الواقع الثاني: قصور العمل العربي المشترك على مستوى توظيف وسائل الإعلام والاتصال في دعم القضايا المصيرية المشتركة ومواجهة التحديات الحضارية التي تواجه الوطن العربي لاسيما أن وسائل الإعلام والاتصال العربية لم توظف غالباً إلا لتكريس الخلاف والانشقاق بين الشعوب العربية عوضاً عن تمتين الأواصر وتعميق التعاون، وإن وُظفت فلا توظف بما يتوافق ومصالح الوطن العربي.

هذان الواقعان لا يزيدان مع الزمن إلا نقشياً و"تأصلاً" لاسيما على ضوء الطفرة التكنولوجية والعلمية الحالية التي مست (من بين ما مسته) وبعمق قطاع الإعلام والاتصال.

وبالتالي فالمطالبة بإقامة نظام عربي جديد للإعلام والاتصال يتمثل أيضاً في جعل الوظيفة الإعلامية والاتصالية أداة للتكامل الاقتصادي بين الدول العربية

(بين الدول العربية الغنية والدول الفقيرة) والعمل السياسي التكامل (تنسيق المواقف العربية إزاء القضايا العربية والإسلامية وكذا الدولية) والتبادل الثقافي (تسهيل انتقال المنتجات الثقافية فيما بين الدول العربية الخ).

ويتطلب إلى جانب كل هذا وذاك، تكريس مبادئ النظام العالمي والنظام العربي على المستويات القطرية:

كالتقليص من حدة الاختلالات في التدفق الإعلامي بين المدينة والريف والاعتراف بحق الأفراد والجماعات في الاتصال والتواصل والعمل على توفير شروط العملية الإعلامية من حرية التعبير والحد من الممارسات الرقابية وتقليص تدخل المؤسسة السياسية في هذه العملية وتكريس الوسيلة الإعلامية كسلطة رابعة عبر منحها اللوازم الضرورية (من تجهيزات وإمكانات الخ) الكفيلة بضمان استقلاليتها عن النخبة الحاكمة وعن لوبيات رجال الأعمال وعن القوى الخارجية في بعض الأحيان، هذه المبادئ لا يمكن ترسيخها، في نظرنا إلا باعتماد النهج الديمقراطي الصحيح المرتكز أساساً على حق مراقبة المحكوم للحاكم وباستمرار. ولكي يمارس المحكوم دور المراقبة على الحاكم يجب أن يعرف ويضلع ويعبر، وهو في هذا بحاجة إلى قانون يحمي حقه ويضمن أمنه واستقلالته. من هنا فإن نجاح طرح النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال إنما يتجلى في ترسيخ مبادئه وأهدافه (ولنقل فلسفته) على المستوى الإقليمي، ثم على مستوى كل قطر من أقطار العالم الثالث.

وعلى الرغم من الخاصية التي يتمتع بها الوطن العربي (جغرافياً ولغوياً وثقافياً الخ) والتي تستوجب بالتالي إقامة نظام إعلامي خاص بالمنطقة

العربية، فهذا النظام لا يعدو كونه رافداً من روافد النظام العالمي، شأنه في ذلك شأن دول أمريكا اللاتينية وإفريقيا جنوب الصحراء والمجموعة الآسيوية وغيرها. وعلى الرغم من الحماسة التي واكبت المطالبة بالنظامين وميزتها، طيلة أكثر من عقد من الزمان فإنها لم تتجح إلا في ترسيخها كمبادئ أساسية وفلسفة لا كبرامج عمل جاهزة للتنفيذ، والسبب في ذلك راجع في نظرنا إلى ثلاثة أمور: أولاً: غياب السلطة التقريرية للمؤسسة التي كانت وراء صياغة فلسفتها وأهدافها، لاسيما بعد انسحاب الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، ومعارضة الدول الغربية الأخرى، وتحفظ الدول الاشتراكية.

ثانياً : عدم تبني دول العالم الثالث لفلسفة النظام العالمي وأهدافه في إطار "سياستها الإعلامية" القطرية لاسيما على مستوى الوطن العربي، إذ ما زالت الوظيفة الإعلامية تعاني من مضايقات الرقابة ونسبية حرية التعبير وضعف سريان المعلومات داخل الوطن الواحد.

ثالثاً : تصاعد ما يسمى بـ "اللغة الواقعية" في العلاقات الدولية لاسيما مع القوة الضخمة التي بدأت تتمتع بها مع نهاية الثمانينات الشركات متعددة الجنسيات لاسيما المتخصصة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهي إحدى العوامل التي أجهزت على ما تبقى من النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال لا كتطلع ولكن أيضاً كخطاب [3].

2- عن الممكن في "النظام العربي" الإعلام والاتصال:

من المؤكد أن "النظام العربي" للإعلام والاتصال لم يكن له إلا أن ينشرخ بانشرخ الصرح، صرح النظام العالي للإعلام والاتصال الذي نادت به دول العالم الثالث واندحر بمعارضة الغرب له وامتنصاص مطالبه (شكلاً بالأساس) في إطار

النظام الدولي الجديد، ناهيك عن عدم تبنيه حتى من طرف بعض الدول العربية التي لا مصلحة لها في نشأته ولا في ترسيخه.

والواقع أننا لم ننكر على مشروع النظام الإعلامي العالمي إمكانية ترسيخه في وقت كان فيه لدول العالم الثالث القوة والعزيمة ... لكننا نعاتب على طرحه عدم استشرافه للمتغيرات الدولية وعدم تعامله مع المستقبل تعامل المتبصر المتأنّي.

وقد يدفعنا التحليل (أو لنقل الملاحظة) إلى الاعتقاد بأن ما جد من تطورات خلال فترة الثمانينات وبداية التسعينات من القرن العشرين (انهيار الاتحاد السوفيتي واندلاع حرب الخليج الثانية والثورة التكنولوجية الكبرىالخ) لن يزيد من وضع الوطن العربي (والعالم الثالث عموماً) إلا تهميشاً وتعميقاً لأزمته وإغفالاً لتطلعاته، وهو ما لا يدعو في اعتقادنا للمجادلة على الأقل في الأمد القريب باعتبار مستوى "اللامبالاة" التي يعاني منها الوطن العربي ككيان والعالم الثالث كمجموعة.

إلا أننا نعتقد بوجود هوامش للحركة لا يمكن تغيبها أثناء الحديث عن الاختلالات والتفاوتات التي تميز العلاقات الدولية في عصرنا الحاضر وللوطن العربي إمكانيات مهمة للغاية.

ويميز نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين:

- تعميق مكتسبات الثورة العلمية والتكنولوجية وتمحور المنافسة حولها.
- تكريس التكتلات الاقتصادية بين الدول والمجموعات.
- انتصار المبادئ الديمقراطية وقيم حقوق الإنسان داخل الدول والشعوب.

واستشراف مستقبل "نظام" الإعلام والاتصال في الوطن العربي على ضوء الثورة التكنولوجية الراهنة، هو استشراف الممكنات على اعتبار طابعها المرجعي واقتحامها لكل ضروب الحياة والمجتمع، واستشراف الانعكاسات بحكم تسارع وتيرتها وعمومية عدواها[4].

وتسائل هذه الثورة في ممكناتها وانعكاساتها، نظام الإعلام والاتصال في الوطن العربي على أكثر من مستوى وأكثر من حقيقة:

الحقيقة الأولى: وتتعلق بتحطيم هذه الثورة لكل الاعتبارات المفاهيمية السائدة والمقاييس التقليدية التي وظفها علماء الاقتصاد والاجتماع والسياسة في تفسيرهم لظواهر الإنتاج والاستهلاك والسلطة وغيرها وهو ما يتطلب خلق مفاهيم ومقاييس جديدة أو على الأقل "تحريك" البنية التركيبية للمفاهيم والمقاييس المتأكلة بتآكل الواقع الذي برزت وشاعت في ظلّه: فلم تعد الأدوار الجديدة للإعلام والاتصال تشغل موقع المركز في شبكة الإنتاج فحسب "بل بدأت تشغل موقع القلب في استراتيجية إعادة تنظيم العلاقة بين الدولة والمواطنين وبين القوى المحلية والعالمية وبين المنتجين والمستهلكين وبين العمال والمديرين وبين الخبراء والمنفذين".

ومعنى هذا أن "النظام" الإعلامي العربي السائد لن يكون بإمكانه مسايرة التحولات التكنولوجية الحالية أو المقبلة ما لم يؤمن ويكرس هذه الأدوار ويؤسس لها على مستوى الممارسة.

الحقيقة الثانية: وتتمثل في الانتقال المتسارع لظاهرتي الصراع والمنافسة في ميدان الموارد الأولية والقوة العضلية والرأسمال المادي، إلى ميدان العلم والتكنولوجيا والمقدرات الذهنية والرأسمال المعرفي، وهو ما نجحت في فهمه

بامتياز دول كاليابان وكوريا الجنوبية وعجزت عن استساغته دول لها من الموارد والرأسمال الشيء الكثير .

والقصد أن "النظام الإعلامي" العربي لن يكتب له التأسيس لو تهادى في استيراد الأجهزة والعتاد والمحتويات وأقصى القوى البشرية والرأسمال الفكري، فالدول والشعوب لا تترث رخاءها أو تستورده وإنما تخلقه وتصنعه على مر الزمن. هاتان الحقيقتان تبينان مسألتين أساسيتين اثنتين:

المسألة الأولى و ترتبط بقدرة الوطن العربي (على المدى القريب) على إغارة العلم والتكنولوجيا والقوى البشرية المكانة المتميزة التي تتمتع بها في الدول المتقدمة، شريطة أن تتوافر لديه العزيمة السياسية والاستراتيجية المناسبة. المسألة الثانية وتتجلى في ضرورة انتقاء الوطن العربي للتكنولوجيا (تكنولوجيا الإعلام والاتصال خصوصاً) المناسبة، ضمن التكنولوجيا المتوفرة، على اعتبار استحالة إنتاجها على المستوى القطري أو الإقليمي (في الأمد القريب) لكن على أساس أن نختار التكنولوجيا التي تتطابق ونوعية التنمية المنشودة لا عكس ذلك كما هو رائج في معظم الدول العربية حالياً. وهامش الحركة موجود أيضاً لقيام نظام عربي للإعلام لو تركز طرح التكامل العربي في المستقبل القريب.

والواقع أن القرن الحادي والعشرين هو لا محالة قرن التكتلات الاقتصادية الكبرى، وهو ما نلاحظه راهناً على ضوء الاجتهادات الأوربية وتكوين الكتلة الاقتصادية لأمريكا الشمالية والحركات اليابانية في جنوب وجنوب شرق آسيا ... الخ.

وللوطن العربي في ذلك إمكانات اقتصادية وعلمية ضخمة، ناهيك عما يمتلكه من عوامل التكامل والوحدة (لغة، دين، ثقافة.....الخ)، وما يجعل عاملي التكامل والوحدة حتميين مطالبة التكتلات الموجودة حالياً بضرورة خلق موقف عربي موحد على اعتبار صعوبة (ولنقل ربما استحالة) تعامل هذه التكتلات مع مواقف مشتتة وربما متضاربة.

والقصد هو أن المتغيرات الكبرى الراهنة ستدفع لا محالة (وعلى المدى القريب) بإمكانية التكتل بالنسبة للوطن العربي، وهو ما نعتقده البداية لقيام نظام عربي للإعلام و الاتصال ... فلا نظام إعلامي عربي بدون نظام عربي. والنظام العربي هذا لن يتكسر إلا في إطار المبادئ الديمقراطية واحترام قيم حقوق الإنسان، كما أن نظامه الإعلامي لا يمكن له أن يقوم إلا في ظل الاعتراف بالحق في الاتصال والحق في التعبير والحق في مراقبة المحكوم للحاكم.

وهذه المبادئ والقيم وإن كان للسلطة الحاكمة أن تتبناها نصاً وقانوناً، فعلى المجتمع المدني أن يرسخها فعلاً وممارسة، وهو ما لا يمكن استبعاده على المدى القصير، من هنا فمن الوارد التمييز بين سيناريوهين اثنين ممكنين على المدى القصير:

السيناريو الأول ويرتبط بإبقاء الأمور على واقعها الحالي والعلاقات الدولية على حالها (تجزئة الوطن العربي، سيادة النظام الدولي بتكتلاته الراهنة والمحتملة....الخ) وفي ظل هذا السيناريو سيعيش الوطن العربي مستقبلاً بصورة محسنة نسبياً لكن صورة ما أريد له أن يكون.

السيناريو الثاني ويتمثل في اعتماد بعض التغييرات على مستوى الشكل لا فيما يخص العلاقات الدولية فحسب ولكن على مستوى الأقطار العربية أيضاً هذه التغييرات هي: الديمقراطية النسبية للحياة السياسية، وتعميق التكتلات الأقل تأثيراً كمجلس التعاون الخليجي، والتحسين من ظروف العاملين بقطاع الإعلام والاتصال في بعض الأقطار العربية ..الخ) وهو السيناريو الذي لا يختلف كثيراً عن الأول ولا يغير - على أية حال - كثيراً من واقع النظام السائد. بقي سيناريو التغيير وهو ما أسميناه بسيناريو "الواجب عمله".

3- عن الواجب عمله في "النظام" العربي للإعلام والاتصال:

عندما تكلمنا عن الممكن في "النظام" العربي للإعلام والاتصال السائد، أشرنا إلى:

- أن الممكن في اعتقادنا إنما يتجلى في التفتح على تكنولوجيا العصر لا من باب الانبهار والإعجاب، ولكن من منطلق توظيف ما يصلح لنا ويناسب بنياتنا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، واعتبرنا هذا الممكن أمراً محتوماً على المدى القصير في غياب الهياكل والسياسات التي من شأنها تفعيل آلة الإبداع والابتكار والتجديد التي ميزت الحضارة العربية/الإسلامية على امتداد قرون من الزمن.

- ومن الممكن أن يتجلى أيضاً في قدرة الأقطار العربية على تكوين تكتل اقتصادي لاسيما أن له من المقومات المادية والبشرية ما لا يوجد لدى تكتلات أخرى موجودة أو في طور التشكل.

وقلنا إن المبادئ الديمقراطية واحترام قيم حقوق الإنسان لا بد من تكريسها لإنجاح هذا التكتل ومنحه فرص النجاح والاستمرارية.

وخلصنا إلى الاعتقاد بأن لا مستقبل "نظام" إعلامي عربي في ظل الأوضاع الراهنة ولا حتى في المستقبل المنظور، وأن قيام هذا "النظام الإعلامي" لا بد وأن يمهد له بنظام عربي جديد بوجه عام.

والفارق بين الممكن والواجب في "النظام" العربي كالفارق بين الاستخدام الأمثل لإمكانيات القمر الصناعي العربي (عريسات) وامتلاك وسائل وإمكانات صنع أقمار صناعية على المستوى القطري أو على المستوى الإقليمي. والواجب في "النظام" العربي ضرورة انطلاقه من الوعي بتحديات العصر وتكنولوجيا العصر، من ضخامة رهانات نهاية القرن الحالي ورهانات القرن المقبل.

إذ لا نعتقد بإمكانية الاستمرار في الاعتماد على الآخر لبناء القدرات الذاتية بقدر ما نؤمن بضرورة الاعتماد على الذات إيماننا بتطوير اليابان مثلاً طاقات بديلة حتى في ظروف وفرة البترول وبخس ثمنه.

استراتيجية التغيير التكنولوجي تبدأ في اعتقادنا من تفعيل الهياكل العربية المشتركة وخلق هياكل أخرى من تكوين القدرات البشرية تكويناً عالياً والعمل على استقطاب القدرات المهاجرة.

واستراتيجية التغيير تتطلب أيضاً تبني برامج ومشاريع عربية مشتركة على اعتبار ميزانيات البحث والتطوير المرتفعة وصعوبة ضمان نتائجها، لاسيما أن هذه الميزانيات غالباً ما لا تتأثر في الدول الكبرى بظروف الأزمة الاقتصادية أو سياسات التقشف المتبعة (وهو رد على الذين يتبنون سياسات التقشف وتهميش البحث العلمي).

واستراتيجية التغيير تتطلب، فضلاً عن كل هذا وذاك، تبني النخب الحاكمة لها لا على مستوى الطرح فحسب، و لكن أيضاً على مستوى الإيمان بحتميتها واستحالة الفعل خارجها أو في غيابها.

ومعنى هذا أن استراتيجية التغيير هي الاستراتيجية الوحيدة في اعتقادنا لانخراط الوطن العربي في القرن الحادي والعشرين، ولن يتأتى له هذا إلا بالعلم والتكنولوجيا والمعرفة وقوى الإبداع والتجديد والديمقراطية والوحدة [6].

وتأكيدنا الديمقراطية والوحدة، إلى جانب التكنولوجيا وروافدها إزاء مشروع لم يكتب له أن يترجم على أرض الممارسة والواقع، جاء من وعينا باستحالة العمل في وقتنا الراهن داخل الحدود القطرية الضيقة أو في التجمعات الجغرافية المحدودة، ولكن في إطار المجموعات الإقليمية الواسعة ذات البعد الاستراتيجي الموحد والتطلعات المستقبلية الواحدة.

والوطن العربي في هذا لا تنقصه أرضية الوحدة وعوامل التكامل في مجموعة موحدة، هناك إذاً أمران أساسيان لابد من التركيز عليهما:

الأمر الأول: ويتعلق بحتمية مسألة الوحدة لا باعتبارها مطلباً موضوعياً ترى فيه الأمم والشعوب بعثاً لتاريخها وإحياءً لماضيها فحسب، ولكن كتطلع أسمى لاستعادة هذه الأمم والشعوب كرامتها ومكانتها.

الأمر الثاني: ويرتبط باستحالة الحفاظ على مفاهيم الدولة القطرية أو السياسة الاقتصادية القطرية والعمل على أساسها أو التحكم في معطياتها. وهو ما سيزداد تعقيداً على المدى الطويل على اعتبار سقوط المفاهيم وتراجع الحدود ومحدودية المقاييس والمعايير الحالية.

ونجاح مبادئ الديمقراطية ومشروع الوحدة لن يتسنى لهما النجاح في غياب الحذر والبعد الاستراتيجي وقبلهما وبعدهما الرؤية والبصيرة. وإلا فكيف لنا أن ننادي بضرورة تكوين رؤية جديدة في غياب الديمقراطية واحترام حقوق الإنسان؟ كيف لنا أن نبني هذه الرؤية وقضايا الحرية وقيم الحق والعدالة لم يؤسس لهما بعد؟ كيف لنا أن نتبنى ممارسات تغيب الرأي الآخر، تنفيه وتهمشه؟ كيف لنا أن نفكر في "نظام" عربي يعيش جزء منه العيش الرغيد والمجتمع المتخمد، وجزؤه الآخر الجوع المدقع واحتمالات الإبادة؟ كيف لنا أن نتطلع لقرن لم يؤسس لدخوله رؤية؟.

والرؤية التي ننادي بها لا تتبع من تصور شخصي يجتهد فيخطيء، أو من حنين للأمثل بقدر ما تتبع من الإيمان بتحديات القرن الحادي والعشرين، ومن إمكانيات وسبل العيش فيه والتعايش مع أممه وشعوبه، ومعنى هذا أن رؤية اليوم ليست حلم الغد أو العكس بالعكس، إنما هي استبصار الغد على اعتبار إحباطات اليوم وممكنات اليوم التالي، وما يجب تأسيسه على مدى المستقبل المنظور.

ونعتقد أن ما يجب تأسيسه لا يعدو كونه مماشاة لمنطق التاريخ إذ:

- لا مستقبل للعرب في الجزء الأول من القرن الحادي والعشرين في غياب نظام عربي قيمه الديمقراطية والوحدة واحترام حقوق الإنسان.
- لا مستقبل للعرب في الجزء الثاني من القرن الحادي والعشرين في غياب رؤية متكاملة وشاملة تأخذ بعين الاعتبار وتزكي معادلة العلم والتكنولوجيا والمعرفة.
- ولا مستقبل لنظام إعلامي عربي شامل، بالتالي فلا مستقبل لنظام عربي في ظل الأوضاع الراهنة.

مصادر الفصل العاشر

- 1 - يحيى اليحياوي. "العولمة ورهانات الإعلام"، سلسلة شراع الشهرية، ع 33، طنجة: الدار البيضاء، يونيو 1998، ص ص 81-91.
- 2- www.elyahyaoui.org/iichtiraki3-06-96-hm.
- 3 -المصدر السابق نفسه.
- 4 -المصدر السابق نفسه.
- 5 -عواطف عبد الرحمن. "الإعلام وتحديات العصر"، مجلة عالم الفكر، مج 23، ع1، ع2، يوليو/سبتمبر، أكتوبر/ديسمبر 1994.
- 6- www.elyahyaoui.org/iichtiraki3-06-96-hm.
- 7 -المهدي المنجرة. "الحرب الحضارية الأولى: مستقبل الماضي وماضي المستقبل"، الدار البيضاء: عيون، 1991.