



الجمهورية العربية السورية
جامعة دمشق
كلية العلوم السياسية
قسم الدراسات السياسية

جدلية العلاقة بين الإعلام والسياسة
"وسائل الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية أنموذجاً"
The Dialectics of Relationship between
Media and Politics
"The Media and the US foreign policy
as a sample"

دراسة أعدت لنيل درجة الماجستير في الدراسات السياسية

إعداد الطالب

علي عبد الحميد سليمان

المشرف العلمي

الدكتور وجيه الشيخ

المشرف المشارك

الدكتور أحمد ناصوري

العام الدراسي

٢٠١٥/٢٠١٤

مخطط البحث

مقدمة

الفصل الأول

مقاربة ارتباطية للعلاقة بين الإعلام والسياسة

. المبحث الأول: أهمية الإعلام في المجتمعات المعاصرة

المطلب الأول: العلاقة بين البنى السياسية والبنى الإعلامية في المجتمع المعاصر

أولاً: تدفق المعلومات السياسية خلال النسق السياسي

ثانياً: مدى استقلال البنى الإعلامية . اتجاهات حرية الصحافة

ثالثاً: أبعاد الارتباط بين البنى الإعلامية والبنى السياسية

المطلب الثاني: أثر بنى الاتصال السياسي على وسائل الإعلام

أولاً: تقييم الواقع السياسي

ثانياً: درجة التحزب في وسائل الإعلام

ثالثاً: بناء برنامج العمل السياسي

. المبحث الثاني: الطبيعة المتغيرة للعلاقة بين الإعلام والسياسة

المطلب الأول: تطور العلاقة بين الإعلام والسياسة في ظل ثورة الديمقراطية

أولاً: التطور في المجال الإعلامي ونتائجه على العملية السياسية في

المجتمع المعاصر

ثانياً: نتائج التطور في المجال الإعلامي على الأنظمة السياسية

المعاصرة

ثالثاً: النموذج الأمريكي للعلاقة بين الإعلام والسياسة

المطلب الثاني: العولمة وأثرها على العلاقة بين الإعلام والسياسة

أولاً: العولمة الإعلامية

ثانياً: العولمة وتأثيرها في الإعلام العالمي
ثالثاً: أثر العولمة في مستقبل الإعلام العالمي

الفصل الثاني

العلاقة التفاعلية بين الإعلام والسياسة الخارجية للدولة

. المبحث الأول: الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية في المجتمع المعاصر

المطلب الأول: أثر الإعلام في السياسة الخارجية في حقبة الحرب الباردة

أولاً: الإعلام وإدارة الصراع بين القوتين الأعظم في حقبة الحرب الباردة

ثانياً: الإعلام كأداة لتكريس تبعية الدول النامية للدول المتقدمة

ثالثاً: أثر الإعلام في خلق حالة من الصراع بين القوتين الأعظم للسيطرة

على المعلومات

المطلب الثاني: الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية بعد انتهاء الحرب

الباردة

أولاً: توظيف الإعلام الموجه إلى الداخل لخدمة أهداف السياسة الخارجية

ثانياً: الإعلام كأداة للضغط على طرف آخر من أجل تغيير سياساته

ثالثاً: الإعلام وإدارة الأزمات

. المبحث الثاني: الإعلام ودوره في العلاقات الدولية

المطلب الأول: النظام الإعلامي الدولي

أولاً: تعاضد تأثير الإعلام في الشؤون الدولية

ثانياً: الإعلام كأداة من أدوات التفاعل والصراع الدولي

ثالثاً: الاختلال في تدفق المعلومات في الإعلام الدولي

المطلب الثاني: الوظائف الاجتماعية والسياسية لوسائل الإعلام

أولاً: الإعلام أداة اجتماعية فاعلة

ثانياً: أثر الإعلام في صنع القرارات وفي تشكيل السلوك السياسي

الفصل الثالث

تأثير وسائل الإعلام في عملية صنع السياسة الخارجية الأمريكية وتنفيذها

. **المبحث الأول: الإطار الايديولوجي والفكري للعلاقة بين الإعلام والسياسة في**

الولايات المتحدة الأمريكية

المطلب الأول: أبعاد العلاقة بين وسائل الإعلام وعملية صنع السياسة الأمريكية

أولاً: النموذج الأمريكي للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة الخارجية

ثانياً: محددات دور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية

ثالثاً: البعد الثقافي في التغطية الإعلامية الأمريكية وتأثيرها في السياسة

الخارجية الأمريكية

رابعاً: أثر عصر المعلومات على العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع

السياسة الخارجية الأمريكية

المطلب الثاني: اتجاهات تأثير وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية

الأمريكية

أولاً: التغطية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية الأمريكية

ثانياً: كيفية صناعة أخبار السياسة الخارجية الأمريكية

. **المبحث الثاني: دور وسائل الإعلام في رسم السياسة الخارجية الأمريكية**

المطلب الأول: دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام بصدد السياسة

الخارجية الأمريكية

المطلب الثاني: تعاطي وسائل الإعلام الأمريكية مع أجنداث ما بعد أحداث الحادي عشر من أيلول (الإرهاب . احتلال العراق)

أولاً: الاحتلال الأمريكي للعراق ودور وسائل الإعلام الأمريكية

ثانياً: مستقبل العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام والسياسة الخارجية

الأمريكية

الخاتمة

المراجع

المقدمة

يرتبط الإعلام بالسياسة بعلاقة تكاملية، بمعنى أنه حيث توجد السياسة فلا بد وأن يوجد الإعلام، فلا سياسة بغير إعلام، ولا إعلام بغير سياسة.

وقد يرى البعض أن هذا ينطبق على العصر الذي نعيش فيه فقط، والذي يعرف بعصر الإعلام والاتصالات والمعلومات، غير أن الحقيقة على خلاف ذلك، فالتاريخ يقدم لنا أدلة واضحة على صدق هذه المقولة، بحيث يمكن القول إنه إذا كان لكل عصر من العصور قضاياه الرئيسية التي يتمحور حولها فكر ذلك العصر وتهتم بها سياسته، فإنه كذلك يوجد الإعلام الذي يعبر عن قضايا كل عصر وسياسته.

ويمكن للإعلام أن يقدم مادة علمية تكشف العديد من جوانب العمليات السياسية، والتي تحدث في شتى المجتمعات الإنسانية، بما يؤدي إلى إثراء المعرفة السياسية.

غير أن هذا الإدعاء لا يعني أن العلاقة بين الإعلام والسياسة ثابتة وذات اتجاه واحد، وإنما هي علاقة متغيرة وترتبط بالتحولات والتغيرات التي تحدث في الإعلام والسياسة، وفي الجوانب المختلفة للحياة في المجتمعات الإنسانية. فأى تحول في المجال السياسي، لا بد وأن يكون له أثره على الإعلام، وبالمثل فإن المتغيرات الإعلامية تؤثر على السياسة بمستوياتها ومجالاتها المختلفة.

لقد عبّر "غابرييل ألموند"، في عبارته الشهيرة: "كل شيء في السياسة اتصال"¹، عن ماهية الأدوار والوظائف المتعددة التي تقوم بها وسائل الاتصال في خدمة النظام السياسي، لدرجة تجعل من الصعب على النظم السياسية أن تتعايش من دون الاعتماد على وسائل الإعلام.

وهكذا، فإن الإعلام لم يعد أداة تابعة للعمل السياسي فحسب، وإنما أصبح يدخل في صميم العمليات السياسية على المستوى الداخلي والخارجي، منذ بدايتها وحتى نهايتها.

¹ Almond, and Powell, comparative politics, USA, Boston, little and co, 1978, P11.

بعبارة أخرى، أصبح الإعلام جزءاً متكاملأً في نسيج العمل السياسي بمستوياته وأشكاله المختلفة، وأصبحت وسائل الإعلام فاعلاً أساسياً في المشهد السياسي، إذ إنها تمتلك قوة سياسية مؤثرة، تتركز في قدرتها على تشكيل رؤيتنا للعالم الذي يحيط بنا وفي تشكيل تفكيرنا عن هذا العالم.

ومما زاد من قوة وسائل الإعلام أن الأحزاب والقوى السياسية وجدت نفسها مجبرة على تشكيل وسائلها وتصوراتها السياسية بما يتناسب ووسائل الإعلام المعاصرة، الأمر الذي كان له تأثيره في المدركات والتصورات الجماهيرية وفي العملية السياسية ذاتها.

مشكلة البحث وتساؤلاته:

تكمن مشكلة البحث في توضيح طبيعة العلاقة بين الإعلام والسياسة، بمعنى هل هي علاقة اعتمادية أو تبادلية أو تكاملية أو علاقة فرض... الخ.

كما تكمن في معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الأمريكية في عملية صنع السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية.

فعلى المستوى التقليدي، كان ينظر لوسائل الإعلام بوصفها ناقل محايد للمشهد السياسي، ومن ثم فوسائل الإعلام تقع خارج نطاق العملية السياسية.

إلا أن التطورات المعاصرة جعلت هذه النظرة غير صحيحة، فوسائل الإعلام أصبحت فاعلاً أساسياً في المشهد السياسي، كما أصبحت قادرة على صنع المجرى السياسي والموضوعات والقضايا السياسية الرئيسة.

وقد أدى هذا، إلى تغيير النظرة التقليدية لوسائل الإعلام، وإلى إعادة النظر حول موضعها في العملية السياسية وأدوارها في هذا الصدد.

وعليه، فإن التأسيس النظري لكل من مجالي السياسة والإعلام، أوجد قدراً من الغموض حول طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام، كما أوجد مشكلة في معرفة أيهما الأسبق في تأثيره على الآخر.

ويثير الباحث في إطار تناوله لهذه الدراسة تساؤلات عدة، أهمها:

١. ما دور التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة

العامة؟

٢. ما طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية وتنفيذها؟

٣. ما هو دور الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية؟

٤. كيف يتعامل صانع قرار السياسة الخارجية الأمريكية مع وسائل الإعلام؟

فرضيات البحث

ينطلق البحث من فرضية أساسية تتلخص بما يلي:

هناك علاقة جدلية بين الإعلام والسياسة، بمعنى أن تطورات قد حدثت على المستوى الإعلامي كان لها تأثيرها على النظام السياسي وعلى العملية السياسية، الأمر الذي أدى إلى حدوث تغيرات سياسية في المجتمع بصفة عامة، ثم عادت هذه التغيرات لتؤثر من جديد في العملية الإعلامية.

وتنبثق عن هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان هما:

١. إن شكل وطبيعة الأنظمة السياسية قد يؤثر في تحديد العلاقة بين السياسة والإعلام.

٢. إن أجهزة صنع وتنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية تحاول باستمرار التأثير على وسائل الإعلام بحيث يتم توظيف دورها في اتجاه يتوافق مع السياسة الخارجية الأمريكية، وهو بالتالي يبتعد عن النموذج المثالي الأمريكي للعلاقة بين الإعلام والسياسة في الولايات المتحدة الذي يقول إن وسائل الإعلام الأمريكية وسائل إعلام حرة وإن متطلبات الحرية والديمقراطية الأمريكية تقتض أن وسائل الإعلام الأمريكية تعمل بعيدة عن التدخل الحكومي.

أهمية البحث:

تنبثق أهمية البحث من مسائل عدة تفرض ذاتها على مؤسسات البحث العلمي وعلى الباحثين المهتمين بالأداء السياسي والإعلامي، ومن هذه المسائل:

١. إن كلاً من الإعلام والسياسة يؤثر ويتأثر بالآخر من خلال العلاقة الوثيقة بينهما، إذ لا يوجد إعلام بدون سياسة ولا سياسة بدون إعلام، ومن ثم فإن البحث سيسعى إلى توضيح حدود تأثير وتأثر كل منهما بالآخر.

٢. أصبح الإعلام ضرورة في المجتمع، ومن ثم فإن العملية الاتصالية لها تأثيرها الكبير على طبيعة المجتمع، بما في ذلك نظامه السياسي، لدرجة أن الأنظمة السياسية المختلفة في الوقت الحاضر لا يمكنها القيام بوظائفها في ظل غياب وسائل الإعلام.
٣. إن كلا من وسائل الإعلام والنظام السياسي يعتمد على الآخر في الحصول على المعلومات، وكذلك في تحقيق أهدافه.
٤. اتساع دور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية خاصة في الحروب والأزمات.

حدود مشكلة البحث:

تتم دراسة مشكلة البحث في الحدود التالية:

أ. الحدود الزمنية: تقتصر على دراسة العلاقة بين الإعلام والسياسة منذ الحرب العالمية الثانية، مع الاحتفاظ بإمكانية الاستشهاد بما له علاقة بمفهوم الإعلام والسياسة قبل ذلك. أما بالنسبة للنموذج الأمريكي فستحاول هذه الدراسة البحث في العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية منذ نهاية الحرب الباردة وحتى يومنا هذا.

ب. الحدود المكانية: بما أن البحث يتناول العلاقة بين الإعلام والسياسة فلا وجود لحدود زمنية معينة، أما فيما يتعلق بدور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية، فمن الطبيعي أن يقتصر البحث على الولايات المتحدة الأمريكية.

أسباب اختيار مشكلة البحث:

تم اختيار مشكلة البحث لأسباب عدة منها:

أ. أهمية الموضوع وحيويته، باعتبار أن التأثير والتأثير في وسائل الإعلام يعد سمة من سمات هذا العصر، نتيجة للظروف التي ولدتها ثورة المعلومات والاتصالات والتي انعكست آثارها في جملة الاستعدادات والميول التي يبديها الإنسان لتلقي الإيحاءات من أي مصدر إعلامي، سواء كان محلياً أم خارجياً.

ب . الوقوف على حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية.

ج . الاهتمام الشخصي بهذه العلاقة كوني أعمل في المجال الإعلامي وأحمل إجازة في العلوم السياسية.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة العلاقة بين الإعلام والسياسة، ويتفرع عن هذا الهدف العام جملة من الأهداف التي تتحدد في رصد التحولات التي حدثت في إطار هذه العلاقة في مختلف أشكال الأنظمة السياسية، إضافة إلى دور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية.

وفي هذا الإطار يمكن تحديد أهداف البحث بالنقاط التالية:

١. تحديد طبيعة العلاقة بين الإعلام والسياسة.
٢. توضيح ماهية العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية.
٣. بيان كيفية تأثير وسائل الإعلام الأمريكية في عملية صنع وتنفيذ السياسة الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية.

منهجية البحث:

اعتمد الباحث في إتمام دراسته هذه على مناهج عدة، أهمها :

١. المنهج التاريخي: تم استخدام هذا المنهج من خلال التتبع التاريخي لهذه الظاهرة.
٢. المنهج التحليلي: وتم استخدامه في تحليل أوجه العلاقة بين السياسة والإعلام بشكل أساسي.
٣. منهج دراسة حالة : وسيتم استخدامه في تناول النموذج الأمريكي.

تقسيم الدراسة:

تشتمل الدراسة على مقدمة وثلاثة فصول: يتناول الفصل الأول أبعاد العلاقة بين المؤسسات السياسية والإعلامية في المجتمع والعوامل التي تؤثر في العلاقة بينهما، بينما يتناول الفصل الثاني أثر الإعلام في السياسة الخارجية خلال

الحرب الباردة وبعد انتهائها بالإضافة إلى طرق استخدام الإعلام للتأثير على الأطراف الأخرى، أما الفصل الثالث فيبحث في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية المعاصرة وتنفيذها، وينتهي البحث بنتائج تتضمن رأي الباحث في مستقبل العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية.

الدراسات والبحوث السابقة:

تتوفر المكتبة العربية بالعديد من الكتب والدراسات التي تناولت علمي الإعلام والسياسة، إلا أن الأبحاث التي تناولت العلاقة بينهما قليلة إلى حد ما، وفي هذه الأبحاث قدّم الباحثون آراء مختلفة حول هذه العلاقة، إلا أنها . في حدود اطلاع الباحث . بقيت في إطارها النظري.

كما واجهت عملية البحث صعوبة في إيجاد المراجع في المكتبات والجامعات التي تناولت العلاقة بين الإعلام والسياسة وأسبغية تأثير أحدهما على الآخر.

غير أنه من أهم الدراسات التي تناولت هذه العلاقة، الدراسة التي نشرها محمد سعد أبو عامود أستاذ العلوم السياسية في كلية التجارة وإدارة الأعمال في جامعة حلوان في مصر بعنوان (التحول في العلاقة بين الإعلام والسياسة وتطوير الإعلام العربي)، في شتاء ٢٠٠٢، في العدد ١١٢ من مجلة شؤون عربية، وفيها استعرض الباحث الدراسات التي ركزت على هذا التحول في العلاقة بين الإعلام والسياسة على المستوى الداخلي والخارجي، كذلك سلط الضوء على كيفية تطوير الإعلام العربي بما يتلاءم مع التحول في هذه العلاقة.

بالإضافة إلى حلقة نقاشية حول دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا بعنوان: "الصورة الدولية للولايات المتحدة الأمريكية بين إدارة بوش وإدارة أوباما"

مقدمة من الباحث عزت ابراهيم في جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٩.

بالإضافة إلى العديد من المقالات الصحفية على شبكة الأنترنت التي تناولت هذا الموضوع.

ولعل القاسم المشترك بين هذه الدراسات والمقالات، أنها تناولت بشكل نظري هذين المفهومين (الإعلام، السياسة)، فيما ستحاول هذه الدراسة أن تقدم إضافة علمية باعتمادها مقارنة جديدة للعلاقة بين الإعلام والسياسة وإظهار أثر التطورات الحاصلة في كلا المجالين على العلاقة بينهما.

الفصل الأول

مقاربة ارتباطية للعلاقة بين الإعلام والسياسة

ازداد تأثير وسائل الإعلام في صنع القرارات والسياسات الداخلية والخارجية، إذ تشهد الأيام الحالية مؤشرات بنائية قوية على تجسيد العلاقة الارتباطية بين الإعلام والسياسة، وترسخ في الوقت ذاته مبدأ الاعتماد المتبادل فيما بين البنى الإعلامية والبنى السياسية في المجتمع، كما اشتركت وسائل الإعلام في الحروب النفسية والعسكرية كأداة رئيسة من أدوات المعركة، وأصبح من يملك الإعلام يملك الغلبة في شتى مجالات الحياة.

وفي ظل ما يعيشه العالم حالياً من تطورات كبيرة وفي مقدمتها الثورة التكنولوجية والاتصالية الواسعة، أصبحت هذه العلاقة أكثر وضوحاً وقوة، لاسيما وأن الأنظمة السياسية اعتمدت بشكل كبير على وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها، وتنفيذ استراتيجيتها على الصعيد الداخلي والخارجي، وكسب الرأي العام لمصلحتها.

كما يعدّ نظام الاتصال والإعلام الدولي مكوناً أساسياً من مكونات النظام الدولي في عصر العولمة، وتمثل السيطرة عليه أحد الأهداف الاستراتيجية للقوى الكبرى، باعتبار أن السيطرة عليه تمثل السيطرة على أحد أدوات إدارة الصراع الدولي، فضلاً عن أن تطورات نظام الاتصال والإعلام الدولي تعكس التفاعلات والصراعات الدولية في جوانبها المادية وغير المادية.

المبحث الأول: أهمية الإعلام في المجتمعات المعاصرة

واكب الفضاء الإعلامي المعاصر ووسائله الكونية الحديثة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت والهاتف المحمول، الثورة الصناعية وثورة ديمقراطية المجتمع والتغير في ميزان القوى الدولية، وبروز النظام العالمي الجديد.

وأفرز المجتمع الصناعي والديمقراطي وسائل إعلام جديدة لتكريس قيمه في الأذهان والسلوك، وقد شكلت هذه الوسائل الجديدة تطوراً كبيراً حلت مكان الوسائل والأدوات التقليدية (ما قبل الثورة الصناعية): العشيرة، القبيلة، العائلات، الأعيان التي كانت وحدها قادرة على الهيمنة على التراث الحضاري ووسائل الاتصال التقليدية.

فقد خلق المجتمع الجديد الذي أفرزته الثورة الصناعية وثورة ديمقراطية المجتمع فضاءً إعلامياً جديداً لتدعيم ذاته عبر وسائل الإعلام التي ابتكرها، ووفق ما أكدت فرح الاسطمولي فإن الثورة الصناعية وما أفرزته من معطيات تخص التطور الاجتماعي والديمقراطية واكبها حدثان هامان، هما¹:

١. بروز الايديولوجيا القومية التي أخذت شيئاً فشيئاً مكان الولاءات التقليدية، وهذه الايديولوجيات بنتها نخب ثقافية لتغذية وبناء ما نسميه اليوم القومية والقوميات حتى تعطي الإطار العام للمجتمع الصناعي الجديد والدولة الجديدة.

٢. ظهور الدولة الحديثة (الدولة الأمة) التي أخذت مكان الامبراطوريات القديمة والسلطنات التقليدية.

ومن المعروف أن للقيم الدينية والاجتماعية التي يعتنقها مواطنو دولة ما، لها علاقة ارتباط وثيقة بأساليب الممارسة الإعلامية لهذه الدولة، وعلى ذلك فإن النظم السياسية هي التي تحدد شكل وحجم ونوع القيم والمعايير التي تخدمها الوسائل الإعلامية، إذ يمكن القول إن مضمون وظيفة الإعلام السياسي في حياتنا المعاصرة

¹ - فرح الاسطمولي، دور الإعلام في بناء مجتمع متماسك، مجلة البحوث، بغداد، اتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٨٧، ص ١١٦.

أصبح يحمل دلالات نسبية تختلف حولها الآراء باختلاف نوعية الانتماء الفكري والثقافي والمهني والاقتصادي والاجتماعي والسياسي والعقائدي لأصحاب هذه الآراء¹. لذلك، فإن السمة المشتركة بين كل الحقب التاريخية المتعددة التي شهدت تطور الإعلام كانت تتمثل حول البحث عن كيفية، وتحت أي ظروف، وبأي الوسائل تستطيع الحملات الإعلامية أن تشكل التأثير الأقوى والأسرع على الرأي العام وتتحكم في اتجاهاته.

المطلب الأول: العلاقة بين البنى السياسية والبنى الإعلامية في المجتمع

المعاصر

إن أهم ما يميز المجتمع المعاصر هو العلاقة القوية بين البنى السياسية والبنى الإعلامية، فبنى الاتصال السياسي بال جماهير تكاد تكون ذاتها بنى وسائل الإعلام. ونقصد بالبنى الإعلامية كل البنى التي تقوم بالاتصال السياسي بال جماهير بكافة صوره وأشكاله، إذ يبين الواقع المعاصر لعالم السياسة أن جميع مكونات النسق السياسي تستخدم وسائل الإعلام الجماهيري للقيام بمهمة الاتصال السياسي بال جماهير.

وبالنسبة لبنى صنع القرار السياسي، فنقصد بها كافة البنى السياسية التي تسهم في عملية صنع القرار السياسي من مؤسسات الرئاسة والحكومة وغيرها. وبما أن العلاقة بين البنى الإعلامية وبنى صنع القرار السياسي هي سمة أساسية يتميز بها المجتمع المعاصر، ونظراً لأهميتها سيحاول الباحث التطرق إلى هذا الموضوع من خلال ثلاثة جوانب أساسية، هي:

أولاً: تدفق المعلومات السياسية خلال النسق السياسي

إن الصورة المثالية لتدفق المعلومات السياسية خلال النسق السياسي، تتمثل في أن المعلومات تتدفق من خلال وسائل الاتصال بال جماهير بالمعنى الواسع، متضمنة مطالب المحكومين ومساندتهم لأمر معينة، لتدخل إلى النسق السياسي، وتقوم بعدها بنى النسق السياسي بتحويل هذه المطالب إلى سياسات وقرارات، ثم تقوم وسائل

¹. فؤاد عبد السلام الفارسي، في السياسة والإعلام وقضايا أخرى، جدة، الكتاب العربي السعودي، ١٩٩٠، ص ٣٣-٣٤.

الاتصال السياسي بال جماهير بنقل هذه السياسات والقرارات إلى المحكومين، الذين يقدمون استجابات جديدة تجاهها وقد تكون مطالب جديدة، بعد ذلك تقوم وسائل الاتصال بال جماهير بنقل هذه الاستجابات والمطالب الجديدة إلى من يشغلون موقع صنع القرار السياسي (وتسمى هذه العملية بالتغذية العكسية)، إذ يقوم هؤلاء بتعديل سياساتهم وقراراتهم أو الإبقاء عليها، أو استبدالها بسياسات وقرارات جديدة، وذلك وفقاً لما يصل إليهم من معلومات، لتأخذ هذه السياسات والقرارات دورتها الجديدة، وهكذا¹.

وبما أن الواقع العملي والخبرة التاريخية تشير إلى أن هذه الصورة المثالية لا تتم ببساطة وميكانيكية، لذلك سيحاول الباحث عرض آراء بعض علماء السياسة المعاصرين بخصوص تدفق المعلومات السياسية خلال النسق السياسي:

١. آراء ديفيد ايستون:

يرى "ديفيد ايستون" أن المطالب السياسية لا تتحرك بكليتها إلى الجهاز السياسي، وإنما تمر بعملية تصفية، ومن ثم عملية تحويل الحاجات إلى مطالب، تسبقها عملية تصفية لهذه الحاجات، قبل أن تلج نهائياً إلى داخل الجهاز السياسي حيث يتخذ القرار. ويعرض "ديفيد ايستون" لأربعة أنواع من الميكانزمات التنظيمية، التي تقوم بعملية التصفية:

أ. حارس البوابة على حدود الأنساق السياسية، وتقوم بتنظيم تدفق الرغبات، عند دخولها إلى النسق لتصبح مطالباً معبراً عنها، كما أن بعض المطالب لا تدخل إلى النسق لأنها ليست مناسبة أو لأنها لم توضع بالشكل المناسب.

ب. معايير اجتماعية وثقافية، التي تشيد أطراً تتناسب مع التعبير عن المطالب السياسية.

ج. النسق السياسي يمكن أن يطور عدداً من قنوات الاتصال، التي من خلالها تنتقل المطالب إلى الجهاز السياسي.

¹. محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩، ص ١١٣.

د . النسق السياسي له عدد من عمليات الإنقاص أو الاختصار، التي لا بد وأن تمر بها المطالب لتتحول إلى مسائل نوعية هامة، والتي بدونها، لا تكون قادرة على أن تغذي عملية التحويل في النسق السياسي في الشكل أو الطريق المناسب.

كذلك يشير "ديفيد ايستون" إلى أن المخرجات تتكون من أفعال وقرارات السلطات وهذه المخرجات لا تؤثر على الحوادث أو الأحداث في المجتمع فحسب، ولكنها تعود لتؤثر على أداء النسق السياسي ذاته، وذلك من خلال عملية التغذية العكسية وهي العملية الديناميكية التي من خلالها تصل المعلومات الراجعة عن إنجاز النسق، والتي تؤثر في سلوك النسق المتتابع أو المتتالي¹.

لقد أعطى "ديفيد ايستون" تأكيدات خاصة على معلومات التغذية العكسية، والتي تعود إلى ردود أفعال أعضاء النسق على القرارات التي صدرت، بمعنى ماهي القرارات التي ساندوها؟

كذلك أكد على أهمية المعلومات المتعلقة بالمطالب التي تتدفق للسلطات من الأعضاء وهي تحمل معنى (ما هي القرارات التي سوف يساندون؟) ووفقاً لنموذج "ديفيد ايستون" فإن النتيجة المسلم بها للاتصال، هي أن أعضاء النسق سيفهمون ما الذي يفعله النسق في عملية تحويل المدخلات (مطالب ومساندة) إلى مخرجات (سياسات وقرارات) وكذلك جعل السلطويين، يعرفون ردود أفعال أعضاء المجتمع السياسي تجاه سياساتهم وقراراتهم.

٢ . آراء غابرييل ألموند و بيغهام باول:

يؤكد "غابرييل ألموند" و"بيغهام باول" أن مطالب النظام الديمقراطي تتمثل في إيصال مطالب ورغبات الشعب لمن هم في السلطة وجعلها معروفة من قبلهم، وتقوم الأحزاب السياسية وجماعات المصالح ووسائل الاتصال الجماهيري بدور هام في التأكيد على رغبات الشعب وتوصيلها المستمر للقادة، فبدون المعرفة الدقيقة لأفعال

¹ - Steven H. Chafee, The Diffusion of Political information, (editor) in Political Communication, 2004, p. p, 95:96.

القادة، وبدون فهم العلاقة بين هذه الأفعال، وأهداف الجماهير، فإن صياغة المصالح، وممارسة التأثير السياسي تكون غير ممكنة^١.

وحتى تستطيع الجماهير التفاعل وممارسة التأثير المطلوب على من هم في السلطة، فإنهم بحاجة إلى حقائق كافية حول أيّ التفضيلات قد أعطيت الاهتمام وفي طريقها إلى التنفيذ، والخطوات التي اتخذها القادة السياسيون بالنسبة للموضوع، كما لا بدّ أن يكونوا أكثر فعالية في جهودهم من أجل التأثير والتحكم.

غير أن هناك عوامل تجعل من عملية الحصول على المعلومات عملية معقدة من قبل المواطنين، كي يستطيعوا تفعيل رقابتهم حتى في الأنظمة الديمقراطية، وأهم هذه العوامل^٢:

أ . التعقيدات التكنولوجية للأنشطة الحكومية وضرورة ازدياد المعرفة المتخصصة لفهم العديد منها.

ب . الانعزال المطلق للعديد من الموضوعات السياسية، يجعل من الصعب على المواطن العادي أن يكون عارفاً بها، في الوقت الذي تصنع القرارات الخاصة بهذه الموضوعات.

ج . الصعوبات الشديدة في بناء العلاقات بين السبب والنتيجة في عالم السياسة. كما أن هناك بعض المشكلات تتعلق بالمعلومات نفسها يكون لها تأثير كبير على عالم السياسة وعلى صنع القرار السياسي، وترتبط بتشويه المعلومات التي تصل إلى صناع القرار، وكذلك تشويه المعلومات التي تصل إلى المواطنين بخصوص جهود صناع القرار المتضمنة للسياسات، والتي تبني قراراتها على أساس هذه المعلومات المسبقة والتي قد تكون تعرضت للتشويه من قبل، ويمكن أن يحصل تشويه المعلومات من مصادر عديدة، منها^٣:

^١ -Almond, and Powell, comparative politics, USA, Boston, little and co,1978, p151.

^٢ . محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، مرجع سابق، ص ١١٥.

^٣ المرجع السابق، ص ١١٧.

أ . أن هناك حدوداً لقدرة أيّ منظمة على جمع المعلومات في وقت محدد من الزمن، فعندما يكون حجم المعلومات الداخلة إلى المنظمة كبير ومعدّد، فإنه سيصل إلى نقطة معينة يكون من الممكن عندها أن تشوه المعلومات، كما أنه في هذه الحالة ستستغرق وقتاً أطول حتى تصل إلى أعضاء هذه المنظمة.

ب . إن انسياب المعلومات من خلال بناء تدريجي يتجه إلى تشويهاها، بواسطة رغبات وأحاسيس الأشخاص الذين يحتلون المواقع الأعلى، أو بواسطة الذين يشغلون مواقع وسطى بينهم وبين من هم أسفل منهم في الهرم التدريجي، كذلك فإن الأنشطة الفعالة للنخب في إطار النسق السياسي المعقد والمركزي، تعوق بواسطة الحجم المطلق للمعلومات التي يجب أن تعمل لأعلى ولأسفل من خلال البيروقراطية.

٣ . آراء كارل دويتش:

يرى "كارل دويتش" أن المعلومات المنقولة ليست هي الأحداث ذاتها، ولكنها علاقة مكيفة وفقاً لنموذج معين، كما أن للمعلومات وجودها المادي، ومادتها الحقيقية. وبدون استثناء فإن المعلومات يمكن أن تخلق، ويمكن أن تمحي، على الرغم من أنها لا يمكن أن تخلق من العدم، أو تدمر إلى لا شيء، كما أنه يمكن تحليلها إلى وحدات صغيرة يمكن إخضاعها للقياس. ويوضح "كارل دويتش" أن إمكانية تجزئة المعلومات ودراستها، وإعادة تكوينها إلى نماذج أكثر فعالية تعود إلى تقدم الوسائل الالكترونية للاتصال. إذ إن للمعلومات أهمية كبيرة في صنع القرار السياسي، وخاصة في نطاق التغذية العكسية، فالمعلومات التي تنقلها شبكة الاتصالات عن المخرج السياسي، لصانع القرار، تعني في الواقع نتائج فعله أو قراره السابق، وهذه المعلومات الجديدة سوف تؤثر بالطبع على سلوكه اللاحق، ومن ثم فأى تشويه تتعرض له لابد وأن يؤثر على نتائج هذا السلوك اللاحق وأن هذا قد يؤدي إلى تشويه النسق السياسي ذاته.

ويلفت "كارل دويتش" إلى أن القادة وما في مستواهم لا يهتمون بالمعلومات الواسعة في الوثائق، إنهم غالباً ما يهتمون برؤوس الموضوعات وملخصاتها، أما الاهتمام بالمعلومات الواسعة والمفصلة فيكون في المستويات الأدنى، ومن هنا فإن

الرموز التي تضعها هذه المستويات الأدنى على الرسائل يكون لها أثر كبير، على فهم القادة للمعلومات التي تتضمنها هذه الرسائل وعلى عملية التغذية العكسية¹.

ومن خلال هذا العرض، يتضح أن ثمة عوامل عديدة تؤثر في عملية تدفق المعلومات، وعوامل أخرى تؤثر على المعلومات ذاتها، من حيث الكم والكيف، فضلاً عن قيود تفرض على المعلومات السياسية لتؤثر بالتالي في عملية صنع القرار السياسي.

ثانياً: مدى استقلال البنى الإعلامية . اتجاهات تطور وسائل الإعلام

يشير "غابرييل ألموند" و "بيغهام بول" إلى أنه عند مناقشة الأنواع المختلفة للبنى الاتصالية، لا بد من الإشارة إلى مستوى استقلالها ودرجة التحكم التي تمارس عليها. إذ إن الاتصال المستقل هو ذلك البناء الذي يكون حراً من السيطرة، سواء أكان من القادة السياسيين، أو من المصالح الخاصة في المجتمع. فوسائل الإعلام تكون في هذه الحالة حرة في نشر المعلومات لكل فرد، وفي البحث عنها من المصادر العديدة، أما في المجتمعات السلطوية فإننا نجد أن البنى الاتصالية بما فيها وسائل الإعلام تكون موضوعاً للتحكم من قبل النخبة. إذ تكون وسائل الإعلام مهتمة بإطلاق المعلومات إلى المستويات الأقل والأدنى، وتطلق حريتها من أجل تسهيل التعاون العام، والمساندة، والانسابات الاتصالية، أما الانسيابات من أسفل إلى أعلى فإنها تتم بتحكم دقيق. وتوجد في بعض الأنساق السياسية الأخرى قدراً من الاختلاف في درجة التحكم المباشر، إذ تسمح الحكومة لوسائل الإعلام بدرجة من درجات النقد ولكن بشرط أن يكون في الخط الذي تريده الحكومة².

والواقع أن المدى الذي تتمتع به أبنية الإعلام يختلف من مجتمع لآخر، وذلك تبعاً لتطور هذه المجتمعات وطبيعة الأنظمة السائدة، وقد تمّ رصد وتطور وسائل الإعلام في المجتمعات من خلال أربع اتجاهات، هي:

¹ - Karl Deutsch , The nerves of Government, USA ,New York , The Free Press of Glencoe, 1963, P.P. 83: 84

² . Almond and Powell, comparative politics, op., cit., p. p 149:150.

١. الاتجاه السلطوي

ويعد من أقدم الاتجاهات، إذ ساد في مجتمعات القرنين السادس عشر والسابع عشر، وهو ما يزال موجوداً إلى يومنا هذا. ووفقاً لهذا الاتجاه، فإن الإنسان مخلوق تابع، يمكنه الوصول إلى أعلى المراتب بتوجيه وعناية الدولة، التي تهدف إلى المحافظة على وحدة الفكر بين أعضائها، واستمرار الأوضاع الراهنة، والقيادة السياسية، ولهذا تستخدم الدولة أدوات الإقناع والضغط التي تملكها، لتحقيق هذا الهدف^١.

ووسائل الإعلام في مجتمع السلطة يملكها الأفراد، إلا أن الدولة تتحكم باستخدام حق منح الرخصة لمن تريد وحرمان من تريد، كذلك تراقب السلطة التنفيذية وسائل الإعلام، وتفرض عليها الضغوط المختلفة. ووفقاً لهذا الاتجاه، فإن وسائل الإعلام تخدم مصالح السلطات، كما تحددها السلطات، أو تتوقف عن الصدور.

٢. الاتجاه الذي يؤكد على الحرية

وينظر إلى الإنسان والدولة نظرة مخالفة للاتجاه السلطوي، فالإنسان لم يعد مخلوقاً تابعاً، غير قادر على الاعتماد على نفسه، يقاد ويوجه، بل إن له كيان مستقل، ومقدرة ذهنية تمكنه من التمييز بين الصواب والخطأ، وهو يهدف إلى معرفة الحقيقة.

والطريقة الوحيدة لمعرفة الحقيقة تكون بترك الآراء تتصارع، وتتنافس بحرية في الميدان، وبما أن الأفراد يختلفون في الرأي، فيجب إتاحة الفرصة لكل فرد لأن يقول ما ما يريد، شريطة أن يوفر لغيره فرصة متكافئة، وسيتيح سوق الأفكار الحرة الفرصة للأفراد لمقارنة الآراء المختلفة، واختيار الرأي الصائب الذي يسود في النهاية. فحرية وسائل الإعلام يجب ألا تترك للحكومة لكي تتحكم فيها، بل يجب أن تكون حرة، لكي تستطيع تقديم الأدلة والحجج، التي يستطيع الأفراد بموجبها الرقابة على الحكومة

^١ . جيهان رشدي، نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ١٩٩٨، ص ٨٨.

واتخاذ القرارات عن سياستها، لهذا فمن الضروري ألا تخضع وسائل الإعلام للإشراف أو السيطرة الحكومية^١.

وفقاً لهذا الاتجاه، يجب ألا يثق الأفراد في الحكومة لكي تحدد لهم، ما هو الصواب وما هو الخطأ، فالبحث عن الحقيقة هو من الحقوق الأساسية للإنسان، وتقوم وسائل الإعلام بمساعدة الشعب بالبحث عن الحقيقة، وبهذا فهي شريكة له وتقوم بتمثيله.

٣ . اتجاه المسؤولية الاجتماعية

الواقع أن الاتجاه الذي يؤكد أن الحرية تؤمن إيماناً كاملاً بالطبيعة البشرية، ويفترض أن الإنسان يحكم عقله دائماً، ويفحص المعلومات التي يتلقاها بدقة غير صحيح تماماً، إذ إن الجماهير كثيراً ما تنقاد للعاطفة، ولا تحكّم العقل، كما أنها في أغلب الأحيان تعرض نفسها بشكل انتقائي لوسائل الإعلام التي تتفق مع اتجاهاتها السابقة وآرائها ومعتقداتها، وتتجنب المعلومات التي تسبب لها قلقاً، أو تجعلها تعيد النظر في آرائها ومعتقداتها، أي أن الأفراد يضعون حول أنفسهم الحواجز السيكولوجية، التي تمنعهم من التوصل لمعرفة الحقيقة، وإن كانت في متناول أيديهم كما أن التطورات الاقتصادية أدخلت عنصر الضخامة على وسائل الإعلام وصاحب ذلك تركيز لتلك الوسائل بانخفاض عددها، ولم يعد الخط الشائع هو تعدد وسائل الإعلام الصغيرة التي تمثل مختلف وجهات النظر التي يستطيع القارئ أن يختار من بينها، ومن ثم أصبحت الصحافة احتكاراً في أيدي الأقلية القوية^٢.

لهذا، أشارت لجنة حرية الإعلام الأمريكية، عام ١٩٤٧م، إلى أن على الإعلاميين أن يدركوا أن كل حرية يقابلها مسؤولية، وطالبت بإنشاء هيئة للإشراف على انحراف الصحافة، وإبراز النواحي التي تخدم فيها المصلحة العامة، ومعنى هذا أنه بينما كانت نظرية الحرية تركز أساساً على الحرية، أصبحت النظرية الجديدة تركز أساساً على المسؤولية.

^١ المرجع السابق، ص ٩١.

^٢ . المرجع السابق، ص ٩٢.

٤ . الاتجاه الشيوعي

إن وسائل الإعلام الشيوعية هي جزء لا يتجزأ من جهاز الدولة الشيوعي، وإن وسائل الاتصال لا يملكها الأفراد، ولكن تملكها الدولة ويديرها الحزب، ووظيفة الاتصال الأساسية زيادة وحدة الفكر بين أعضاء المجتمع، وتعليم المبادئ الماركسية، وتفسير الأحداث على ضوء تلك المبادئ، كما أن عليها جذب التأييد الشعبي لبرامج الدولة المختلفة، مثل زيادة الإنتاج، وتكون بذلك حرية القول وحرية التعبير مكفولة لأولئك الذين يؤيدون النظام، وليس لأولئك الذين يؤيدون مناقشة المبادئ الأساسية^١.

ووفقاً لهذه النظرية فإن وسائل الإعلام تعدّ جزءاً لا يتجزأ من النظام الاجتماعي والسياسي، ولا يمكن الفصل بين أجهزة الإعلام وشبكات الاتصال الشخصي، التي تتمثل في الكوادر الحزبية الذين يؤدون وظائف متعددة، سواء على المستوى السياسي الحزبي أو الجماهيري ويتم تحديد الأهداف الاستراتيجية والمرحلية في مجال الإعلام على أعلى مستوى في الحزب والحكومة.

ورغم أن التطبيق يتخذ طابعاً لا مركزياً، وتتعدد القنوات الجماهيرية، فإن تحديد السياسات ورسم الحملات الإعلامية، يتم نتيجة قرارات مركزية، إذ تمر التعليمات من أعلى إلى أسفل خلال المستويات التنظيمية المختلفة^٢.

وبما أنه ليس هناك حرية تعبير بلا تحفظات، إذ أنه لا توجد دولة تؤيد حرية التعبير بشكل مطلق، والأساس في مختلف دول العالم هو ما يطلق عليه مبدأ الحظر الواضح المباشر، فالدول الديمقراطية تمنع نشر المعلومات التي ترى أنها تشكل خطراً على النظام أو الحكومة، والدول غير الديمقراطية أيضاً تطبق المبدأ ذاته، والمسألة تختلف باختلاف الدول، وباختلاف درجة تطور المجتمعات.

ومن ثم يمكن القول إنه في كل مرحلة من مراحل تطور المجتمعات يوجد نوع من الإعلام يناسب الظروف الموجودة في تكوينه ومضمونه، أما بالنسبة للدول النامية، يستخدم الإعلام لتوحيد الشعب في الداخل، ولتقوية نفوذ الدولة في الخارج، كما

^١ . المرجع السابق، ص ٩٢-٩٤.

^٢ . عواطف عبد الرحمن، المدرسة الاشتراكية في الصحافة، القاهرة، دار الثقافة الجديدة، ١٩٨٨، ص ٥.

يستخدم للتشجيع الجماهير على المساهمة في التطوير القومي، والإقلال من الفلج الاجتماعي، وهذا يتطلب من وسائل الإعلام الالتزام بتأييد الأهداف القومية.

ثالثاً: أبعاد الارتباط بين البنى الإعلامية والبنى السياسية

تشكل دراسة العلاقة بين البنى السياسية والبنى الإعلامية جزءاً أساسياً من دراسات الاتصال السياسي بالجماهير. وتساهم دراسة هذه العلاقة في فهم أبعاد التأثير والتأثير المتبادل بين الاتصال السياسي بالجماهير وعملية صنع القرار، إذ إن أي اتصال بالجماهير هو اتصال سياسي، نظراً لامتداد عالم السياسة ليشمل شتى مناشط الحياة الإنسانية في المجتمع المعاصر. وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في نشر المعلومات، باعتبار أن لها القدرة على الوصول إلى عدد كبير من الأشخاص لتقدم لهم المعلومات ذاتها¹.

بعبارة أخرى، فإن وسائل الإعلام تمتلك قدرة كبيرة على تقديم المعلومات تفوق قدرة الاتصال الشخصي المباشر، كذلك تقوم وسائل الإعلام بدور جامع الأخبار، مما يعني أن لها ميكانزمات خاصة لاستخراج المعلومات من الأشخاص الذين يمسون بها، ثم تقوم بنشرها على قاعدة عريضة من المتلقين.

أخيراً، تعمل وسائل الإعلام في ابتكار الوسائل الجديدة كي تصل رسائلها إلى أكبر دائرة ممكنة من المتلقين، وتعمل على توسيع هذه الدائرة، كما أنها تقوم بدور كبير في تأسيس المساندة في المجتمع، وهذا يقود إلى افتراض الاعتماد المتزايد للنسق السياسي على وسائل الإعلام، التي تستطيع اجتياز العقبات التي تعمل في نطاق الاتصال الشخصي ما يعني انتشاراً ملائماً للمعلومات والأفكار، التي يريد النسق السياسي أو يهدف لنشرها.

ويشير "لوسيان باي" إلى وجود علاقة جوهرية على نحو مميز بين العملية السياسية والعملية الإعلامية، ويبين أنه لو كان علم السياسة يقوم على القوة، فإن من يملكون القوة يميلون إلى ممارستها، وإن رغباتهم لا بد وأن تنتقل في شكل ما إلى من يتوقعون أنهم سيستجيبون لهم، ولو أن علم السياسة يبني على المشاركة، فإن هذا

¹ . Steven H. Chaffee , The Diffusion of Political information ,op., Cit., p.p. 91: 92.

يعني إيجاد الوسائل التي من خلالها تنقل مصالح ورغبات ومطالب المواطنين إلى من يشغلون موقع صنع القرار السياسي (القادة أو الحكام). ولو أن علم السياسة يقوم على شرعية السلطة العليا، فلا بد من وجود الوسائل التي تقوم بالتعبير الرمزي عن القيم والمعايير الإجرائية لمثل هذه النظم، وأفعال الحكومة ليتم الحكم عليها في اصطلاحات عامة وسائدة. ولو أن علم السياسة يقوم على الاختيار بين البدائل، فإنه يكون بحاجة إلى تدفق المعلومات التي توضح اختيارات السياسة البديلة التي يجب أن يحاط بها أولئك المهتمون بالقرارات، سواء أكانوا مشكلين أو مستهلكين لنتائجها¹.

فمن الواضح أن علاقة مؤسسات الاتصال بالمؤسسات السياسية يفترض أن يكون لها نتائج في غاية الأهمية، في معظم الدول، ومن ثم فهي لا تترك للاختيار، فالأنساق السياسية لابد وأن تنظم إنجاز وسائل الإعلام في الحقل السياسي، بطريقة أو بأخرى.

فالمصحف والإذاعة والتلفزيون لا تمدنا فقط بمجموعة من المواد الإعلامية الاستهلاكية، ولكنها تلعب أيضاً دوراً تأسيسياً وسياسياً في المجتمع، إنها تضع أو تقرر المطالب السياسية التي تثار وأي من هذه المطالب له فرصة الإرضاء، وأياً سوف يؤجل أو يهمل، وهي تؤثر في اختيارات الحكومات، والفاعلين السياسيين الآخرين، لأحكام أو تثبيت المساندة الضرورية لقراراتهم، فوسائل الإعلام تعرض بشكل يضيق أو يتسع للآراء عن كيفية معالجة الموضوعات الهامة، وتقوم ببناء الاختبارات التي ربما يختار من بينها الناخبون.

ونتيجة لذلك، فإن كل الدول أعطت اهتماماً بتعيين أو تجديد الوكالات المسؤولة عن محاسبة وسائل الإعلام، والتي تحدد الحقوق والقيود الملقاة على العاملين في مجال الإعلام السياسي في نطاق الاتصال، وتحدد أيضاً وتحمي الحريات المعروفة لوسائل الإعلام.

وتوضح دراستان قام بهما سيمور عام ١٩٧٤، وهوير عام ١٩٧٥، العلاقات المتداخلة لواحدة فقط من الروابط بين المؤسسات السياسية والمؤسسات الإعلامية،

¹Ibid., p.167.

كدراسة العلاقة بين أنساق الصحافة والأنساق الحزبية، مع الأخذ في الاعتبار أهمية الظروف الاجتماعية التي تسهل الاحتواء الحزبي بمعناه الضيق لأبنية الصحافة، فسيمور، على سبيل المثال، أوضح مدى تأثير ملامح الثقافة السياسية والتنظيم الحزبي على صحافة الحزب، أما "هوير" فقد عالج تأثير ظروف السوق على خط الصحافة ومصالح الحزب.¹

ومن ثم يمكن صياغة هذه الأفكار في اتجاهين: اتجاه يركز على الاختلافات الرئيسة للارتباط بين المؤسسات السياسية والإعلامية. ومن الأهمية بمكان، الإشارة إلى أنه على الرغم من أن روابط الصحافة الحزبية تكون بغير شك أحد الأشكال الرئيسة للارتباط، إلا أنه يجب عدم إهمال الروابط الأخرى. فيما يوضح الاتجاه الآخر النتائج المترتبة على الاختلافات في كيفية التنظيم السياسي لوسائل الإعلام.

ويوجه النقد إلى هاتين الدراستين، باعتبارهما عالجتا الاتصال السياسي كمتغير تابع ناتج من الظروف التاريخية، ولم تعالجه كمتغير مستقل قادر على البحث على إحداث تطورات قياسية في المستويات الأخرى للأنساق السياسية والاتصالية. وفيما يلي عرض لأبعاد الارتباط بين البنى السياسية والإعلامية²:

١. درجة تحكم الدولة في وسائل الإعلام

إن إدراك وفهم درجة تحكم الدولة في وسائل الإعلام، يواجه العديد من الصعوبات، منها:

- أ . الحاجة إلى معايير موضوعية يمكن الاستناد إليها كمقاييس لإيضاح مظاهر تبعية الإعلام.
- ب . إن فكرة تحكم الدولة هي فكرة متسعة جداً، لها تعبيراتها العديدة وأهدافها الكثيرة.

¹ Hoyer and Others, the Politics and Economics of the Press : A developmental Perspective, London , Sage Pubns, 1975, p. 15.

² Seymour Uri C., The political impact of mass media, London, Constable and Beverly hills, sage pubns, 1974, P. P, 171-178.

ج . لابد من تجنب فهم حرية الاتصال في اصطلاح يشتمل الثنائية، والتي تكون بمثابة الميزة في بعض المجتمعات، وغائبة في المجتمعات الأخرى، من دون تصور مجتمعات ذات حالة تدرجية في كلا الجانبين.

إن بعض هذه الصعوبات يمكن تبسيطها أو تسهيلها، وذلك يجعلها أبعاداً في اصطلاحات حقوق الممارسة العامة للحكومة أو الوكالات المستجيبة لرغباتها، للتدخل في شؤون وسائل الإعلام وفي تنظيم إنجاز الاتصال، ويمكن قياس درجة تحكم الدولة على أنها (عالية، متوسطة أو منخفضة).

أ . تحكم التوظيف في الإعلام

يمكن أن يكون التوظيف في الإعلام أداة هامة في تبعية وسائل الإعلام للدولة، بتأكيد وضع الأشخاص الموثوق فيهم داخل وسائل الإعلام، هذا الشكل من التحكم يخلط عنصرين، هما: حقوق التوظيف السياسي، والعقيدة التي يجعلها هذا المعيار السياسي، متعلقة . أو ذات صلة باختيار العاملين في الإعلام. مثل هذه الأمور لا توجد في الأنساق التي تتبنى عقيدة حرية التعبير، حيث يكون التحكم السياسي محدوداً في تركيزه على التوظيف في مواقع القمة في المنظمات الإعلامية.

ب . التحكم في تمويل مؤسسات الإعلام

ربما يكون أداة قوية لتبعية الإعلام للدولة، هذا الشكل من التحكم سوف يوظف أو يستعمل بطريقة مختلفة طبقاً للموارد التي تستخلص منها منظمات الإعلام دخلها، إذ تكون المنظمات التي تعتمد كلياً على إمدادات الحكومة مفتوحة أمام التحكم السياسي المباشر، أما المنظمات الإعلامية التي تعتمد على نفسها في تدبير مواردها المالية، فإن الحكومات سوف تؤسس حقوقها في التدخل في نطاقين، الأول: إخضاع دخل هذه المنظمات لمواقفها، الثاني: فرض الضرائب الخاصة على وسائل الإعلام.

ج . التحكم في محتوى الإعلام

هذا الجانب ربما يكون أكثر أهمية، لأن له رجع صدى مباشر على عمل الإعلاميين المهنيين.

إن وضع وسائل الإعلام تحت هذا التحكم في المضمون يتراوح ما بين التحكم العالي والمنخفض، وفقاً للآتي:

١. السلطة الكلية للمحتوى التي ربما تكون موضوعاً للتنظيم.

٢. درجة التنوع الملازمة لهذا التنظيم.

٣ . كيف يتم التحكم، هل مباشرة بواسطة السلطويين أنفسهم، أم بواسطة وكالات وسيطة.

٢ . درجة التكامل بين النخبة الإعلامية والنخبة السياسية

يركز هذا البعد على درجة التكامل بين النخبة السياسية والنخبة الإعلامية، ومحور الاهتمام هنا هو درجة الدمج السياسي والتقارب الثقافي والاجتماعي الذي يسود بين هاتين المجموعتين من النخب، وتشير هذه الدراسة إلى أنه توجد درجة من الاختلاف البنائي بين المؤسسات الإعلامية والنخبة السياسية، إلا أن هذه المسافة البنائية يمكن وصلها بالعديد من الوسائل، أهمها:

أ . أعضاء النخبة الإعلامية ربما يجندون أو ينشؤون في نفس الخلفية الاجتماعية والثقافية التي تميز أعضاء النخب السياسية، ومن ثم فإن أعضاء النخبتين قد يشتركون في المصالح ذاتها، ويكون لهم أو يشتركون في تبني القيم ذاتها.

ب . يوجد نوع من التداخل الشخصي فيما بينهما، فالكثير من أعضاء نخبة الإعلام ربما يساندون أحزاباً خاصة، وينجزون نشاطاً لمصلحتها، كذلك بعض أعضاء المجالس التشريعية قد يكونون من المؤسسات الإعلامية.

ولأن عملية الإقناع تصبح أكثر قوة وتخصصاً، فإن الوكالات المتخصصة في كل من المؤسسات السياسية ووسائل الإعلام ربما تتكون من أشخاص لديهم خبرة

مشتركة، مثلاً: المحررون الاقتصاديون في الصحف تكون لهم خبرة بأعمال وزارة الاقتصاد.

ج . أعضاء كل من النخبة الإعلامية والنخبة السياسية ربما ينشغلون بتفاعلات غير رسمية بدرجة تقل أو تزيد فيما بينها، ربما تكون بالانتماء إلى نفس النوادي، الاختلاط في نفس الدوائر، وبصفة عامة فهم يرون بعضهم بعضاً كثيراً، مثل هذه الاتصالات تسمح بنمو الفهم الكبير فيما بين الأشخاص من النخبتين، مما يجعلهم أكثر فهماً لآراء ومشكلات بعضهم البعض.

٣ . درجة الشرعية التي توفرها وسائل الإعلام

إن الميكانيزم الرئيس الذي يقيد الاتجاهات الرسمية وغير الرسمية لإنجاز وسائل الإعلام لأهداف السياسيين ربما نجده في العقائد الوظيفية التي يعتنقها الأعضاء المهنيون في وسائل الإعلام.

باختصار فإن مهنة الإعلام تتضمن بالضرورة السبق الصحفي وعقيدة الأولوية لخدمة المتلقين، قبل أية واجبات أخرى اتجاه السلطة السياسية المنظمة، إذ تصنف أنساق الاتصال طبقاً للدرجة التي تكون عليها العقيدة الشرعية المستترة خلفها، بمعنى هل يقدم الإعلاميون الولاء للجمهور المتلقي أم للإيديولوجية المسيطرة، أو إيديولوجيا الحزب المحددة، وبعبارة أخرى هل تعلق العقلانية المهنية فوق المعركة السياسية، أم تسعى لخدمة إيديولوجيا معينة.

المطلب الثاني: أثر بنى الاتصال السياسي على وسائل الإعلام

يمكن للباحث أن يحدد في هذا الجانب للإطار النظري المتعلق بدراسة العلاقة بين البنى السياسية وبنى الاتصال السياسي ثلاثة أبعاد على النحو التالي:

أولاً . تقييم الواقع السياسي

إن الواقع السياسي كحقل للنشاط يستطيع أن يجذب أو ينفرد، يشغل الناس أو يجعلهم يتجنبونه، وربما يرجع عدم تمكنه من جذب الناس إلى التصورات التي يكونونها عن الارتباط بين مصادر الاتصال والمؤسسات السياسية، ويكون هذا الارتباط كخيطة

رفيع للتسييس بين قنوات ومستويات الاتصال السياسي كافة. وربما تزيد وسائل الإعلام من حماسة الأشخاص لأداء واجباتهم السياسية أو قد تنتشر روح اللامبالاة، كما أنها قد توظف فريقاً من المتخصصين السياسيين يعكسون في قواعدهم الإجرائية كلاً من الموقف المبدئي أو البراغماتي تجاه مطالب المفردات السياسية. وتفرد وسائل الإعلام نسبة تزيد أو تنقص من مساحتها لإثارة المسائل السياسية، وربما يركز المحتوى الذي تقدمه على شرح وتفسير الموضوعات الجوهرية للواقع السياسي، أو تعالج هذه الموضوعات ببساطة بوصفها أشياء متصارعة في لعبة القوة. وبالمثل، فإن الأعضاء المتلقين تختلف درجة تسييسهم، وقد يكونون مهتمين بدرجة تزيد أو تقل بالشؤون السياسية، حيث يجدون القرارات السياسية أكثر أو أقل تعلقاً بحياتهم الشخصية ويشعرون بإحساس عميق أو قليل لواجبهم السياسي، كما تزيد أو تقل نسبة مشاركتهم في العمليات السياسية لبلدهم. إنهم يفترضون أدواراً مختلفة لنسق الاتصال السياسي، ومن ثم قد يتبنون موقف المراقب له أو يهتمون بالبحث عن الإشارات والرموز المرتبطة بتقلب مصائر الفاعلين أو المشتركين في الصراع السياسي في المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام. أخيراً، فإن الناس يضعون درجة أعلى أو أقل للثقة في مصداقية الرسائل السياسية وفي تكاملها مع مصادرها¹.

والسؤال الآن هو: كيف تستطيع الاختلافات البنائية بين وسائل الإعلام والمؤسسات السياسية أن تؤثر في تقييم الواقع السياسي القائم؟ إن إجابات مختلفة عن هذا السؤال تتولد في تشكيل الفرضيات التي تعكس تبعاً أصولها في تباين الوظيفة، الدور، التصور الملازم للاختلاف بين وسائل الإعلام والمؤسسات السياسية. ويمكن تقديم هذه الفرضيات على النحو التالي²:

أ . الفرضيات التي تشجع التسييس

وتعكس هذه الفرضيات نظرة السياسيين التي تتشكل في اتجاهات الإعلاميين المستقلين عندما يقدمون الأخبار والآراء السياسية.

¹ Ibid., p 180.

² . Ibid., p 181.

ومن وجهة نظرهم، فإن تبعية وسائل الإعلام في أشكالها كافة يجب أن تحترم أو تعمل لضبط هذه الاتجاهات، ووفقاً لذلك، فإن التبعية الأكثر سوف تنتج محتوى يتفق والأمر الذي يراد أن يصبح معلوماً جيداً لدى المتلقين.

ب . الفرضيات التي تشجع التسييس المستقل

تعكس هذه الفرضيات وجهة نظر الإعلاميين المهنيين، الذين يؤكدون الحاجة إلى تدخلهم الوسيط قبل أن يقوم المتلقون بإضفاء المعاني على الرسائل والثقة فيها. وترجع هذه النظرة التبعية في كل أشكالها كمنتج مضاد للتسييس، وتتنقد فرضيات التبعية لأنها لا تأخذ في حسابها الدور الهام للثقة في الرسائل الإعلامية. كما أن أنساق التبعية والتدخل السياسي سوف ينظر إليهما من جانب العاملين في وسائل الإعلام والمتلقين كميكانيزمات مصممة لضبط وتحديد التعليق لصالح العناصر الخارجية.

وبناءً على ذلك، فإن الواقع السياسي أو عالم السياسة في حالة تبعية وسائل الإعلام، ربما يفهم منه أنه لعبة مغلقة بين عدد محدود من مالكي القوة، الذين ينتخبون الرسائل التي تكون مجرد صوت لصالحهم، ونتيجة لذلك ستضعف الثقة وتقود إلى فقدان الاهتمام وتقليل الاحترام لما يحدث في الصراع السياسي.

وعلى العكس من ذلك، فإن التنظيمات الأقل تقييداً سوف تشجع الإعلاميين على ممارسة الاستقلال والإبداع في تغطية الشؤون السياسية، كذلك فإنها ستشجع المتلقين كي يروا مصلحة أكبر في الواقع السياسي، ويعطوا اهتماماً أكثر للموضوعات التي تكون عنه.

والواقع أن كلاً من الموقفين يرتبط أساساً بشخصية الفرد العامل في وسائل الإعلام، فالتبعية في كل المحاور تتولد كما كانت قياساً يزيد أو يقل وفقاً للمذاق الفلسفي للفرد.

ثانياً. درجة التحزب في وسائل الإعلام

إن مظاهر تحزب وسائل الإعلام نجدها في أشكال عديدة، منها¹:

أ. في كل القواعد الإجرائية لعمل أو تفاعل المادة السياسية التي تسود في مخرجات الإعلام المختلفة. فعلى سبيل المثال، أولئك الذين يهتمون بعدم التحزب، يضعون قواعد إجرائية معينة تضمن التغطية الإخبارية المتوازنة لكل الأحزاب السياسية. ولكن عندما يكون هناك ميل تحزبي أكثر، فإن القواعد الإجرائية ربما تشمل أشكالاً مقصودة، كي تقدم معالجة معينة لصالح حزب معين أو مصالح معينة.

ب. الاختلافات البنائية تنعكس في محتوى وسائل الإعلام ذاتها، من خلال عرضها للآراء، أو تعليقها عليها، أو وضع رؤوس الموضوعات (كالعناوين الرئيسية في الصحف).

فوسائل الإعلام ربما ترتبط بالأحزاب السياسية، بالإضافة إلى الوكالات الحكومية. وطبقاً لهذا، فإنه يتم التركيز على درجة التحزب الذي يظهر بواسطة مخرجات وسائل الإعلام.

ويميز "هوير" بين ثلاث مستويات تعكس درجة تحزب وسائل الإعلام²:

أ. المستوى العلوي للانضواء الحزبي لوسائل الإعلام، ويوجد عندما ترتبط الأحزاب مباشرة مع المؤسسات الإعلامية، عن طريق الملكية، التمويل، العضوية في الإدارة وفي مجالس التحرير.

ب. المستوى الثاني: حيث يوجد ظرف الانتماء المختلط الاختياري، وفي هذه الحالة يكون الارتباط البنائي القصير بين الأحزاب ووسائل الإعلام، أو الارتباط البنائي البسيط بين الأحزاب ووسائل الإعلام، فثمة ارتباط بين صحيفة مثلاً وحزب ما نظراً

¹- Jay G. Plummer and Michael Gurevitch, "Towards a Comparative Framework for Political Communication Research", in Steven H. Chaffee, (Editor) , Political Communication, 2001., p.p. 181:183.

²- Hoyer and Others, the Politics and Economics of the Press : A developmental Perspective, Op., Cit., p 17.

لظروف نشأة هذه الصحيفة ، مثلاً مساندة جريدة الدايلي تيليغراف في بريطانيا لحزب المحافظين.

ج . المستوى الثالث: يعكس سمة مقيدة للانتماء، حيث المتوسط يرجع عادة لصالح الحزب، ولكن المساندة تتجه لأن تكون مشروطة بالتعبير عن الخصائص، فمخرج الاتصال لا يأخذ جانب حزب ما، وتناضل وسيلة الإعلام من أجل المحافظة على الحياة السياسية. النموذج التقليدي لهذا المستوى (المؤسسات الإذاعية، وخاصة الإذاعة البريطانية).

ثالثاً . بناء برنامج العمل السياسي

المجال الثالث حيث تكون ارتباطات وسائل الإعلام لها نتائج قابلة للقياس، وتتعلق بالموضوعات الرئيسية المشكلة لبرنامج العمل السياسي للمجتمع في وقت خاص.

وفي هذا الإطار يطرح "هوير" السؤال التالي: هل الموضوعات الرئيسية للمطالب السياسية تفرض بواسطة القادة السياسيين، أم تنشأ من تصورات الإعلاميين؟ ويجب "إنه في الأنساق الأكثر استقلالية، فإن القواعد الإجرائية تشجع الإعلاميين على إعطاء وتقديم وجهات نظرهم بالنسبة للموضوعات الهامة أكثر من القواعد الإجرائية التي تفرضها الأنساق الأكثر تبعية، إذ يكون التحكم المهني الذاتي هو النظام اليومي. أما بالنسبة لمحتوى الإعلام، فإن الاندماجات السياسية أو الانقسامات السياسية لمخرجات وسائل الإعلام، فإنها تؤثر في درجة الإجماع التي يصلون إليها بالنسبة للموضوعات التي يؤكد عليها بشكل أكثر انتظاماً وبروزاً".¹

وهنا، يمكن ملاحظة أن وسائل الإعلام تتجه لأن تطلق العنان لمختلف الموضوعات الأساسية على أسس موحدة ومعيار مشترك لقيمة الأخبار، ومن ثم ففي الأنساق الأكثر استقلالاً نسبياً فإن تطبيق المعيار المهني لاختيار وتقديم الموضوعات السياسية سوف يؤثر في النظرة الاجتماعية لبرنامج العمل السياسي.

¹ Ibid., p 21.

إذ إنه في أنساق الحزب الواحد، سنجد الإجماع بشكل واضح، ولكن هذا الإجماع بين مختلف وسائل الإعلام يقوم على أسس سياسية بدلاً من أن يقوم على المعيار المهني للحكم على قيمة الأخبار.

فعلى مستوى المتلقين يمكن توقع إعادة تشكيل لهذه النماذج، إذ يجد الباحث إجماعاً كبيراً للمواطنين على الموضوعات الأساسية في الأنساق السياسية ذات الحزب الواحد، ودرجة أقل من الإجماع في الأنساق المتعددة الأحزاب، وذات التحكم اليومي المنخفض.

أخيراً، بعد أن أوضحت هذه الدراسة أبعاد الارتباط بين الأبنية السياسية وأبنية الاتصال السياسي، وكذلك نقاط تأثير بنية الاتصال السياسي والمقاييس لقياس التبعية البنائية لمؤسسات الإعلام للمؤسسات السياسية، على مدى كل من درجة تحكم الدولة، وأبعاد الرابطة الحزبية، فإنه يمكن قياس درجة تكامل النخبة السياسية والنخبة الإعلامية من خلال التشابه في الخلفية الاجتماعية والثقافية بين أعضاء النخبتين، وفي حال وجود تباين بين أعضاء النخبتين يمكن الرجوع إلى معلومات عن التاريخ الوظيفي بالإضافة إلى القياس المباشر لانتظام ونوع الروابط التي تربط بين أعضاء النخبتين.

وعلى هذا، فإن شكل أبنية الاتصال تؤثر على المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام، إذا تلعب التصورات التي يشكلها الفرد دوراً مهماً في تقييم الواقع السياسي، كما تسهم النظرة التي تشكلها وسائل الإعلام عن الأحداث في بناء برنامج العمل السياسي بما تعكسه أو تغفله من تطورات.

المبحث الثاني: الطبيعة المتغيرة للعلاقة بين الإعلام والسياسة

لاشك في أن العصر الذي نعيشه هو عصر الإعلام الجماهيري، فكما يقول "رايت ميلز": "إن جانباً يسيراً مما نعرف عن الحقائق الاجتماعية في العالم توصلنا إليها بأنفسنا، بينما معظم التصورات والتخيلات التي في رؤوسنا عن العالم وصلت من خلال وسائل الإعلام"¹.

ويمكن القول إن ثمة مجموعة من العوامل تضافرت معاً، وخاصة في العقد الأخير من القرن العشرين، أدت إلى الترابط الوثيق بين الإعلام والسياسة، والذي تحكمه متغيرات عدة أبرزها:

١. الثورة الديمقراطية التي يشهدها العالم اليوم، والتي أدت إلى انهيار العديد من الأنظمة الشمولية، وتعرض البقية منها لاهتزازات شديدة.
٢. انهيار الاتحاد السوفييتي والكتلة الشرقية، وانتهاء الحرب الباردة، و بروز الولايات المتحدة كقوة عظمى وحيدة، مع تنامي قوى أخرى جديدة تنتمي معظمها، باستثناء الصين، إلى الايديولوجيا الغربية.
٣. التطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

وبما أن التحول الديمقراطي الذي يشهده العالم اليوم أدى إلى ازدياد أهمية الإعلام في نطاق العملية السياسية في المجتمع، كما أدى إلى تحول نوعي في أسلوب التعامل الإعلامي في العديد من بلدان العالم سيحاول الباحث رصد الطبيعة المتغيرة للعلاقة بين الإعلام والسياسة ونتائج التطور في المجال الإعلامي على العملية السياسية وعلى الأنظمة السياسية ككل، وكذلك الخبرة الأمريكية في هذا المجال بالإضافة إلى أثر العولمة على العلاقة بين الإعلام والسياسة، وتأثير العولمة في الإعلام العالمي.

¹ . C. Wright mills, the Power elite, New York, Oxford – University Dress, 1980 , P. 311.

المطلب الأول: تطور العلاقة بين الإعلام والسياسة في ظل ثورة الديمقراطية

تراجع الأسلوب الإعلامي الذي يقوم على أساس السعي إلى الدمج النفسي لجموع المواطنين في إطار محدد يتفق وتوجهات النظام السياسي القابض على السلطة، ليحل محله أسلوب جديد يقوم على أساس الاعتراف بحق فئات المجتمع في التعبير عن آرائها ومصالحها وتوصيلها إلى صانع القرار السياسي، الذي يجب أن يأخذ هذه الآراء التي تعكس المصالح المتعارضة في الاعتبار عند اتخاذ القرار السياسي، الأمر الذي أدى إلى زيادة تعقد عملية صنع القرار السياسي في المجتمع. بعبارة أخرى، تراجع أسلوب الإعلام التعبوي لحساب أسلوب الإعلام الحر¹.

وبالمقابل، حدث تطور كبير في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وواكب ذلك ازدياد حاجة المجتمع السياسي (مواطنين، قادة) إلى المعلومات حول جميع المسائل التي تشغل اهتماماتهم. وقد نجم عن هذا ازدياد أهمية الإعلام بوصفه القناة الرئيسية لنقل المعلومات التي من خلالها يتعرف صانع القرار السياسي على مطالب المواطنين، أو على ردود أفعالهم تجاه قراراته وسياساته، فيبقى عليها أو يعدلها أو يغيرها.

كما أن الإعلام بانتشاره الواسع قد يساعد صانع القرار السياسي في شرح وجهة نظره للمواطنين تجاه مسائل معينة، أو تبرير قرارات وسياسات معينة، كما قد يستخدمه في بعض الحالات للدعاية لسياساته وترويج قراراته من أجل كسب تأييد الرأي العام، بالإضافة إلى إمكانية استخدام الإعلام في مخاطبة قطاعات كبيرة من المواطنين خارج إقليم الدولة وخاصة في المسائل المتعلقة بالسياسة الخارجية.

من ناحية أخرى، أدى التطور في تقنيات الاتصال والإعلام إلى جعل المعلومات متاحة للإنسان في كافة مجالات الحياة، الأمر الذي جعل الإعلام جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية، ومن ثم زاد تأثير الإعلام في كافة العمليات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تحدث في الواقع المعاصر.

¹ محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، مرجع سابق، ص ١٦١.

كذلك شهدت هذه الفترة ازدياد اقتناع القوى الدولية الرئيسية بأن عالم اليوم هو عالم الاعتماد المتبادل، وإن خطر أسلحة الدمار الشامل اليوم أو الأخطار الناجمة عن تلوث البيئة، التي تهدد بقاء العالم يحتم التخلي عن أساليب الصراع لتحل محلها أساليب الحوار والتفاهم وهو ما يعني ازدياد نطاق التعامل الاتصالي والإعلامي على المستوى الدولي وازدياد استخدام أدواته بصورها المختلفة في نطاق السياسة الخارجية^١.

فقبل أن يطوي القرن العشرين أوراقه، شهد العالم ثورة جديدة تضاف إلى الثورات العديدة التي شهدها ذلك القرن، وهي ثورة الديمقراطية، التي تمثلت في سقوط معظم الأنظمة الشمولية، سواء في أوروبا الشرقية والاتحاد السوفييتي السابق، أو في العديد من دول العالم الثالث، واتجاه ما تبقى من هذه الأنظمة نحو درجة جديدة من درجات الممارسة الديمقراطية، فظهر الحديث عن التعددية السياسية وتراجعت المقولات الخاصة بنظام الحزب الواحد، وبدأ الحديث عن حرية الصحافة والإعلام يحتل مساحة واسعة في نطاق التفكير السياسي، بوصفه ضرورة من ضرورات النظم السياسية الديمقراطية، بل ويوجد جدلاً حول نقطة البدء المناسبة للإصلاح الديمقراطي، وهل تكون من خلال البدء بنطاق واسع من الحرية بالنسبة لوسائل الإعلام، أم تكون من خلال إعادة بناء مؤسسات النظام السياسي استناداً إلى قواعد ممارسة الديمقراطية.

وأياً كان الخيار، فإن التجربة العملية أكدت أنه ثمة علاقة بين هذين الخيارين، فالنظم التي بدأت بالخيار الإعلامي الحر تأثرت مؤسساتها السياسية بدرجة واضحة من جراء تبني هذا الخيار، ومن ثم بدأت الحاجة ملحة لإعادة بناء هذه المؤسسات على أسس ديمقراطية، والنظم التي أخذت بالخيار المؤسسي ظهر لديها الحاجة إلى الإعلام الحر لتسيير آلية العمل في هذه المؤسسات وفقاً للأساليب الديمقراطية^٢.

^١ . انظر على سبيل المثال ليزجارون، دور الصحافة في المرحلة الانتقالية للديمقراطية في المجتمعات العربية، بحث مقدم إلى ندوة الحرية السياسية والديمقراطية في العالم العربي، مونتريال، كندا ٧-٨ / ١٩٩٣، انظر ملخص للبحث في المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد ١٧٤، آب، ١٩٩٣، ص ١٦٦.

^٢ . المرجع السابق، ص ١٦٩.

وهنا يمكن طرح التساؤل التالي الذي سيحاول الباحث اختبار مدى صحته من عدمه، ويتمثل في أن هناك علاقة جدلية بين الثورة الديمقراطية والإعلام في الواقع المعاصر، بمعنى أن ثمة تطورات قد حدثت على المستوى الإعلامي كان لها تأثيرها على النظم السياسية وعلى العملية السياسية في المجتمع بصفة عامة، ثم عادت هذه التغيرات السياسية لتؤثر من جديد في العملية الإعلامية، كذلك هناك تطورات حدثت على المستوى السياسي كان لها تأثيرها في العملية الإعلامية، ثم عادت هذه التغيرات الإعلامية لتؤثر من جديد على العملية السياسية.

أولاً . التطور في المجال الإعلامي ونتائجه على العملية السياسية في المجتمع المعاصر

شهد المجال الإعلامي تطورات هامة على مستوى مفهوم العمل الإعلامي بوصفه نشاطاً اتصالياً في الأساس، أو على مستوى التقنية الإعلامية والاتصالية وتكنولوجيا المعلومات.

وفيما يلي عرض لأهم هذه التطورات وتوضيح آثارها السياسية:

1. تطور مفهوم الإعلام بوصفه نشاطاً اتصالياً:

لقد تطور مفهوم الاتصال من عصر إلى آخر، فتحول من اتصال مباشر ارتبط بتبلور حرية الرأي إلى اتصال غير مباشر، مع ظهور الطباعة، ليضيف مفهوماً جديداً إلى حرية الرأي هو حرية التعبير.

ومع توالي ظهور وسائل الاتصال الجماهيري، كالإذاعة والتلفزيون والسينما، وتفاعل ظروف الصراع الاجتماعي والسياسي والحضاري، طوال القرن العشرين، سواء في داخل المجتمعات أو بين الأنظمة والحكومات، برزت ضرورة وجود حق جديد، هو الحق في استفتاء الأخبار والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت من دون تقيد بالحدود، بالقول والكتابة أو الطباعة أو الفن أو أية وسيلة أخرى يختارها المرء.

كما تحققت خطوة أخرى تمثلت في حق الإنسان في الاتصال، بمعنى حق الأفراد في الانتفاع بالإعلام والمشاركة فيه وتدفق المعلومات في اتجاهين. بمعنى تدفقها من

أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى على المستوى الداخلي، وتدققها فيما بين المجتمعات على المستوى الخارجي^١.

والواقع، أن هذا التطور في مفهوم الاتصال يعني بلغة السياسة أن لغة الحوار من أجل الوصول إلى الاتفاق والتفاهم حول الأهداف السياسية وأساليب تحقيقها قد حلت محل لغة العنف والقوة.

وفي ظل وضع كهذا، تزداد أهمية الإعلام وتتعدد وظائفه، ويتنوع محتواه بصورة تختلف عن الفترة السابقة. فالإعلام أصبح يلعب دوراً هاماً في توصيل الآراء والأفكار والمعلومات المختلفة من الشعب وإليه، ليستطيع بالأغلبية تقرير ما يريد من سياسات، وما يريد من ممثلين له لتنفيذها، ومن خلال الإعلام يمكن مناقشة أساليب تطبيق هذه السياسات^٢.

ومع ازدياد أهمية الإعلام في مجال النشاط السياسي، يمكن ملاحظة أن احتمال استخدامه كأداة لتغيير حقائق الموقف من جانب هذا الطرف أو ذاك، في نطاق العملية السياسية، هو احتمال قائم، وقد تكون هذه المسألة غير أخلاقية، ولكنها ممكنة الحدوث، كما تؤكد الخبرة السياسية المعاصرة^٣.

ويثور التساؤل حول الضمانات التي يجب الالتزام بها في هذا المجال من أجل عدم استخدام الإعلام كأداة للتدليس والتزييف، غير أن هذه الضمانات وإن كان يمكن تحقيق قدر منها على مستوى التعامل الاتصالي الداخلي، فإنه لا يمكن توفير القدر الكافي منها على مستوى التعامل الاتصالي الخارجي، لعوامل عديدة، منها الاختلاف الكبير في القدرات التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات بين دول العالم، وهيمنة

^١ . عواطف عبد الرحمن، الحق في الاتصال وإشكالية الديمقراطية في الوطن العربي، مصر، القاهرة، الدراسات الإعلامية،

المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد ٤٩، تشرين الأول، تشرين الثاني ١٩٨٧، ص ١٩.

^٢ . حازم عبد الحميد، حرية الصحافة في لبنان، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٧، ص ٩١.

^٣ . عبد القادر السعدني، حرية تدفق المعلومات الصادقة بين الممكن والتشاؤم، القاهرة، الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد ٤٧، نيسان - حزيران ١٩٨٧، ص ٤١.

دول الغرب المتقدمة في هذا المجال، بالإضافة إلى دخول بعض الاعتبارات السياسية، كالأمن القومي للدولة في نطاق العمل السياسي الخارجي^١.

هذا بالإضافة إلى عامل آخر يتعلق بصناعة المعلومات ذاتها، فكما يقول كارل دويتش: "إن المعلومات المنقولة ليست هي الأحداث كما هي، ولكنها علاقة مكيفة وفقاً لنموذج معين يربط بين عناصر الحدث"^٢.

ومن ثم يمكن أن تصور وجود نماذج عديدة تختلف من حيث تكييفها لعناصر حدث واحد، بعبارة أخرى يمكن إيجاد نماذج عدة من المعلومات تنقل حدثاً واحداً.

٢. تطور تقنيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

شهد الربع الأخير من القرن العشرين تغييرات شاملة في طبيعة الاتصالات، فقد جاء عصر الفضاء وأقمار الاتصالات، وأدى اختراع الليزر إلى تطوير صناعة الألياف البصرية وتطويعها لخدمة تلك الاتصالات، وتعاون أقمار الاتصالات التي تعمل بمثابة متابعات في الفضاء لموجات الليزر الدقيقة، والألياف البصرية التي تعمل بمثابة أنابيب توجيه لموجات الليزر تشعبت شبكة الاتصالات الكبرى التي تغطي العالم اليوم لتصل إلى أي مكان فيه^٣.

وقد أدت هذه التطورات إلى ثورة في الاتصالات الدولية، تمثلت بإمكانية نقل الصور والمعلومات عن بعد، كما أمكن استحداث نظم البث المباشر للإرسال التلفزيوني.

هذه التطورات في تقنية الاتصال تزامنت مع ثورة أخرى في تكنولوجيا الالكترونيات الصغيرة الخاصة بتطوير قدرات الحواسب الآلية على تخزين البيانات ومعالجتها، وما ترتب على ذلك من ثورة المعلومات في المجتمع المعاصر.

^١ . عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، الكويت، سلسلة علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد ٧٨، حزيران ١٩٨٤، ص ١٢٠.

^٢ . Karl. W, Deutsch , Politics and Government, How people decide their fate, Op., Cit., p 87.

^٣ . صلاح الدين طلبه، الثورة الحالية في أساليب الاتصال، عالم الفكر، الكويت وزارة الإعلام، المجلد ١٤، العدد ٢٤، كانون الثاني. آذار ١٩٨٤، ص ٢٥.

وظهرت مصطلحات المعلومات والمعلوماتية وغيرها من المصطلحات التي تربط بين قدرة الحواسيب على تخزين المعلومات واسترجاعها بصورة ملائمة وبسرعات فائقة، وبين تحقيق التواصل على بعد آلاف الأميال بفضل وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة.

وقد ترتب على هذا التطور حدوث تحول هام في تشكيل التصورات عن العالم وفي تطوير القدرات على التعامل مع العالم^١.

إذ أن المعلومات عن العالم والمواقف منها لم تعد تتشكل من خلال التعامل المادي مع المحيط مباشرة أو من خلال وسائل الإعلام التقليدية، وإنما من خلال وسائل جديدة تماماً لنقل صورة الحدث خلال فترة قصيرة جداً من وقوعه، وأحياناً أثناء وقوعه.

إن حضارة الإعلام الجديدة هذه لا تختلف في جوهرها عن وسائل الإعلام السابقة التي يقف فيها طرف ثالث كوسيط بين الحدث وبين متلقي الرسالة الإعلامية، فهذا الوسيط عادة ما ينقل جانباً من الحدث وليس الحدث كما وقع. ولكن الجديد في الإعلام المعاصر هو تقلص قدرات الوسيط على تشكيل صورة الحدث المنقولة إلينا، بحيث يمكن القول إن أمام البشرية اليوم فرصة لم يسبق لها مثيل في التاريخ لتشكيل تصوراتها بشكل مباشر ومع أقل قدر ممكن من تدخل الوسطاء^٢.

ومن خلال هذا العرض، يمكن القول بأن التطور العملي في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد أثر على مختلف جوانب العملية الاتصالية، إذ جعل للمادة الخام لوسائل الاتصال، وهي المعلومات خصائص جديدة. فمن حيث الكم أصبحت كمية المعلومات المتاحة كبيرة جداً، ومن حيث الكيف أوجد لها درجة عالية من التنظيم والتبويب وإمكانية الاسترجاع السريع.

ومن ناحية أخرى، أدى هذا التطور إلى زيادة كفاءة أدوات الاتصال وقدرتها على نقل المعلومات والأحداث بأسرع وقت ممكن، كما مسّ هذا التطور المتلقي.

^١ محمد تيمور عبد الحسيب، تطور الأقمار الصناعية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، الدراسات الإعلامية، العدد ٥٧، تشرين الأول ١٩٨٩، ص ٤٣.٢٩.

^٢ أسامة أمين الخولي، الحاسوب، مجلة عالم الفكر، الكويت، وزارة الإعلام، المجلد ١٨، تشرين أول ١٩٨٧، ص ٤.٥.

فبالإضافة إلى الكم الهائل من الرسائل الاتصالية التي أصبحت متاحة له، أصبح يستقبل الرسالة الاتصالية في سياق من المعيشة شبه التامة، كما أن ذلك قلل إلى حد بعيد من تأثير الوسيط الناقل للرسالة الاتصالية.

لقد أدى هذا التطور إلى انخفاض كبير في درجة السرية التي كانت تحيط بالأنشطة المختلفة في المجتمع، وخاصة النشاط السياسي، كما أنه أسهم في نقل التجارب السياسية بين مواطني الدول المختلفة.

ثانياً: نتائج التطور في المجال الإعلامي على الأنظمة السياسية المعاصرة

ترافق التطور في المجال الإعلامي مع ازدياد قوة المواطن العادي في مواجهة السلطة السياسية، إذ أن مواطن هذا العصر أكثر إحساساً بقدراته الذاتية في مواجهة السلطة السياسية، وذلك من خلال شعوره بمعايشة كل ما يجري من أحداث في نطاق العملية السياسية، ومن ثم فقد زال بالنسبة له حاجز الغموض عن عالم السياسة.

كما أدى ازدياد قدرات الأدوات الإعلامية ووفرة المعلومات، وخاصة في المسائل السياسية، إلى زوال حاجز السرية حول المعلومات السياسية. فلم يعد النظام السياسي قادراً على إخفاء جميع المعلومات، لأن ما يخفيه بالداخل يمكن الحصول عليه من الخارج، بل أصبح مطالباً بمصارحة المواطنين بالحقائق والاستماع إلى آرائهم وأفكارهم بوصف هذا الأمر حقاً من حقوقهم.

فضلاً عن أنه لم يعد أمام هذا النظام ما يتذرع به من أسباب لإخفاء الحقائق بدعوى حماية الأمن القومي، إذ أصبحت معظم المعلومات المتعلقة بهذا الموضوع متاحة للدول الأخرى، وقد نتج عن هذا الوضع التضييق من نطاق المناورة السياسية داخلياً.

وفي ظل وضع كهذا، يتسع نطاق المواءمة السياسية أمام صانع القرار السياسي، الأمر الذي يؤدي إلى تعقيد العملية السياسية، وهنا تبرز الحاجة إلى المؤسسات السياسية لكي تقوم بدورها في هذا المجال، وهو ما يعني أن تحديد سلطات صانع القرار قد أصبح ضرورة تفرضها الظروف الموضوعية للإدارة السياسية للمجتمع.

إن ازدياد حدة مشكلة صنع القرار السياسي مع هذا الكم الهائل من المعلومات التي تصل إلى صانع القرار، سواء على مستوى تحديد المشكلة محل القرار، أو على مستوى الإلمام بمختلف عناصر الموقف كأقرب ما يكون إلى الحقيقة، أو على مستوى تحديد البدائل والمفاضلة فيما بينها لاختيار بديل يكون قراراً مناسباً.

وتتمثل محصلة التطور الذي حدث في المجال الإعلامي بالنسبة للعملية السياسية نحو تقوية المواطن العادي في مواجهة السلطة السياسية في المجتمع، وفي الوقت ذاته الحد من سلطات صانع القرار السياسي لأسباب فنية وموضوعية، وهو ما يعني أن هذه التحولات قد أثرت في الإسراع بالتحولات الديمقراطية في العالم المعاصر.

وهنا يمكن طرح التساؤل الآتي: ما تأثير التحولات الديمقراطية التي يشهدها العالم اليوم على العملية الإعلامية؟

يرى حامد ربيع أن هذه التحولات الديمقراطية لا بد وأن تؤثر على العملية الإعلامية على المستوى الداخلي، وذلك في الجوانب التالية^١:

أ . اتساع نطاق العملية الإعلامية وانتقالها إلى ميادين أخرى، ربما لم تكن تلقى الاهتمام الكافي من الإعلاميين في السابق.

ب . ازدياد ارتباط النسق الإعلامي بالنسق السياسي في المجتمع بحيث أصبح الإعلام، إحدى آليات العملية السياسية، سواء بالنسبة للمواطن العادي أو لصانع القرار، وكذلك للمؤسسات السياسية الأخرى في المجتمع.

ج . تعدد مستويات وأبعاد الوظيفة الاتصالية للدولة، الأمر الذي يحتاج إلى إعداد الكوادر الإعلامية المتخصصة في كل مجال، ولكل مستوى.

وفي هذا المجال يرى حامد ربيع أن مستويات الوظيفة الإعلامية تتحدد بالآتي^٢:

^١ . محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم متغير، القاهرة، مركز البحوث والدراسات السياسية، سلسلة بحوث سياسية رقم ٨٢، تموز ١٩٩٤، ص ٢٣

^٢ . حامد ربيع، الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني وإدارة التكامل القومي، القاهرة، دار الموقف العربي، ١٩٨٣، ص ١٣٠، ص ١٣١

^٣ حامد ربيع، المرجع السابق، ص ١٣٥.

إعلام صانع القرار، إعلام النخبة المثقفة، إعلام المواطن العادي. ويفرض هذا التنوع في الإعلام السؤال عن مضمون الإعلام السياسي عندما يتجه إلى المواطن العادي ليستطيع أن يقول كلمته في كل ما له صلة بحقوقه السياسية. وكان التساؤل في فترة ما قبل التسعينيات من القرن العشرين يدور حول الحد الأدنى من المعلومات التي يجب أن يدركها رجل الشارع كي يكون رأيه بصدد حقوقه السياسية.

والياً لا يمكن طرح هذا التساؤل، لأن ما يتم حجبها عن المواطن من معلومات من خلال الإعلام الوطني، يمكن أن يصل إليه من الخارج، ومن ثم فالتساؤل هو، كيف يستطيع الإعلام الوطني أن ينقل إلى المواطن العادي القدر الضروري من المعلومات بكفاءة أعلى من المصدر الخارجي للإعلام؟

فالوظيفية الثقافية للإعلام تدور في نطاق تمكين المحكوم من القدرة على التقييم السياسي، أي أنها تدور في نطاق عملية التثقيف السياسي لتوحيد الإدراك القومي من أجل تحقيق التماسك القومي¹.

وعليه فإنه في ظل الظروف الجديدة، تزداد هذه الوظيفة صعوبة، إذ إن المواطن العادي لم يعد يقبل الأسلوب الدعائي التقليدي، الذي قدمته الخبرة السوفييتية وبعض دول العالم الثالث في مرحلة ما قبل التسعينيات من القرن العشرين، ومن ثم فلا بد أن تقوم وسائل الإعلام بوظيفتها الثقافية في هذا المجال بأسلوب جديد، الأمر الذي يحتاج إلى قدرات إبداعية خلاقة تتناسب وظروف كل مجتمع من المجتمعات.

فالفكر الإعلامي الأمريكي قدم أسلوباً جديداً في هذا المجال يقوم على أساس طرح حقائق الموقف كافة من خلال الرؤية الأمريكية بالطبع، وترك المواطن لمنطقه الذاتي كي يتوصل إلى الاتجاه الذي يراه، وعادة ما يصل إلى الاتجاه الذي يراه المجموع، وذلك بحكم ميل الإنسان إلى التكيف مع الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه. كما ازداد تأثير الإعلاميين في الشؤون السياسية، الأمر الذي يعني أن التكوين الفكري والثقافي لرجل الإعلام يمكن أن يلعب دوراً في نطاق التأثير على العملية

¹ . محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم متغير، مرجع سابق، ص ٢٧.

السياسية، ومن هنا تزداد درجة تشابك العلاقات بين رجل السياسة ورجل الإعلام في المجتمع المعاصر بالإضافة إلى ازدياد حدة الضغوط على العاملين في الإعلام، سواء أكانت ضغوطاً فنية ترجع إلى ازدياد حجم المعلومات المتدفقة على المؤسسات الإعلامية، أو ضغوطاً نفسية يمكن أن تمارس من قبل السياسيين أو ضغوطاً متعلقة بطبيعة مهنة الإعلامي، والتي تقوم على أساس أن دوره الأساسي هو نقل المعلومات النقية للمواطن العادي بصدد كافة المسائل في المجتمع.

إن هذا كله يؤكد صحة الفرض الذي استندنا إليه في التحليل وهو أن ثمة علاقة جدلية بين التطور الإعلامي والثورة الديمقراطية المعاصرة، وإذا كانت هذه العلاقة تمثل أحد الجوانب الحاكمة للعملية السياسية في المجتمع المعاصر، فإن السؤال الذي يمكن طرحه هنا يتلخص في الآتي: كيف يمكن إدارة العملية السياسية في إطار هذه العلاقة؟

وبالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية، يمكن القول إن ثمة قانوناً غير مكتوب، تنتظم من خلاله أبعاد التفاعل بين الإعلام والسياسة في الولايات المتحدة، ويتلخص جوهر هذا القانون غير المكتوب فيما يلي:

١. إذا كانت ظروف المجتمع الأمريكي السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية تتيح للإعلام دوراً واسعاً في الحياة السياسية الأمريكية فهناك عوامل أخرى يمكن اعتبارها بمثابة الضغوط النابعة من الأبنية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتي تحد من نطاق الحرية المكفولة للإعلام الأمريكي، وثمة ضغوط أخرى نابعة من طبيعة العملية الإعلامية وتعهدها في المجتمع المعاصر تؤثر كذلك في نطاق حرية العمل الإعلامي^١.

ولقد أدى هذا الوضع، إلى تراجع التدخل الحكومي المباشر في مجال العمل الإعلامي، لتحل محله آليات أخرى نابعة من مؤسسات المجتمع الأمريكي وقواه الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وخاصة في الأوقات العادية.

^١ . حول هذا الموضوع انظر: حوار د. محمد وهبة الخبير الاقتصادي المصري الأمريكي الجنسية مع الأهرام، القاهرة، عدد

١٠/٦/١٩٩٤ ف.

والجديد الذي تقدمه الخبرة الأمريكية في السنوات الأخيرة على هذا المستوى، يتمثل في محاولة إدماج العملية الإعلامية في ثنايا النشاط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي في المجتمع الأمريكي، بدليل بروز صناعة الإعلام والاتصال والمعلومات بوصفها أحد مجالات النشاط الاقتصادي الرئيسة في الاقتصاد الأمريكي، وربطها بما يعرف بصناعة الخدمات الاقتصادية.

ورغم أنه لم تتضح المعالم النهائية لهذا الدمج في نطاق العلاقة بين الإعلام والسياسة في الولايات المتحدة، إلا أنه لا بدّ وأن يقدم مجالاً جديداً لأبعاد هذه العلاقة في المستقبل.

٢. في أوقات الأزمات السياسية الداخلية والخارجية، فإن التقاليد السياسية والإعلامية الأمريكية تسمح بزيادة درجة تقبل الضغوط الحكومية المباشرة وشبه المباشرة على المؤسسات الإعلامية الأمريكية. وبالنسبة للإعلام الأمريكي على المستوى الخارجي، فإنه يخضع خضوعاً شبه كامل للإدارة الحكومية الأمريكية بوصفها أكثر المؤسسات السياسية الأمريكية فهماً وإدراكاً لحقيقة الموقف الأمريكي، هذا بالإضافة إلى أن الإعلام يمثل أحد أدوات السياسة الخارجية الأمريكية الهامة التي تستخدم لتحقيق أهداف هذه السياسة^١.

وإن السؤال الذي يمكن طرحه في هذا السياق هو: هل ستتطور العلاقة بين الإعلام والسياسة في نفس هذا الاتجاه الأمريكي، خاصة وأن العالم المعاصر يشهد العديد من حركات التحول الديمقراطي على المستوى السياسي، وعملية التحول إلى اقتصاديات السوق، أم أن كل مجتمع سيفرز تجربته الخاصة في هذا المجال؟ وإلى أي حد يمكن أن تستفيد النظم الديمقراطية الجديدة في العالم اليوم من الخبرة الأمريكية بمفهومها المتقدم؟

الإجابة عن هذه التساؤلات ليست من السهولة بمكان، ولكن يكتفي الباحث بالإشارة إلى أن خبرة التاريخ توضح أن كل مجتمع من المجتمعات يقدم تجربته الخاصة في كافة مجالات الحياة، بما فيها المجال السياسي والإعلامي، ومن ثم فإن

^١ ليونارد راي تيل، مدخل إلى الصحافة، مرجع سابق، ص ١٢٠.

التصور للعلاقة بين الإعلام والسياسة لا بد وأن تختلف من مجتمع إلى آخر، تبعاً لمدى التطور السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتبعاً لدرجة التقدم التكنولوجي التي وصل إليها، بالإضافة إلى تأثير منظومة القيم الثقافية والاجتماعية الحاكمة.

ويبقى أنه من الممكن الاستفادة من الخبرة الأمريكية في مجال التوصل إلى الآليات المناسبة لتسيير العلاقة بين الإعلام والسياسة في المجتمع المعاصر، على أن يتم تطويع هذه الآليات بما يتوافق وخصائص المجتمع التي ستستخدم فيه.

المطلب الثاني: العولمة وأثرها على العلاقة بين الإعلام والسياسة

يعبر مصطلح العولمة في الواقع عن تطورين هامين، هما: التحديث والاعتماد المتبادل. كما يركز مفهوم العولمة على التقدم الهائل في التكنولوجيا والمعلوماتية بالإضافة إلى الروابط المتزايدة على كافة الأصعدة على الساحة الدولية المعاصرة. لقد ظهرت العولمة أولاً كمصطلح في مجال التجارة والمال والاقتصاد، ثم أخذ يجري الحديث عنها بوصفها نظاماً أو نسقاً أو حالة ذات أبعاد متعددة، تتجاوز دائرة الاقتصاد، فتشمل إلى جانب ذلك المبادلات، والاتصال، والسياسة، والفكر، والترقية والاجتماع، والإيديولوجيا^١.

وتعدّ العولمة ذات مضامين سياسية بحتة، ولكن في الحقيقة تشمل مضامين سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية وتربوية، ولقد فرضت العولمة نفسها على الحياة المعاصرة، على العديد من المستويات، سياسياً واقتصادياً، فكرياً وعلمياً، ثقافياً وإعلامياً، تربوياً وتعليمياً^٢.

يقول الفيلسوف الفرنسي روجيه جارودي عن العولمة: "نظام يُمكن الأقوياء من فرض الدكتاتوريات اللإنسانية التي تسمح بافتراس المستضعفين بذريعة التبادل الحر وحرية السوق"^٣.

١. يوسف باسيل، حقوق الإنسان من العالمية الإنسانية والعولمة السياسية، بغداد، دار الشؤون الثقافية، مجلة الموقف الثقافي، العدد ١٠، تموز ١٩٩٧، ص ١٣٨.

٢. محمد سعيد أبو زعور، العولمة، عمان، دار البيارق، الطبعة الأولى ١٩٩٨، ص ١٣.

٣. روجيه جارودي، العولمة المزعومة: الواقع الجذور البدائل، تعريب الدكتور محمد السبيطلي، صنعاء، دار الشوكاني للنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص ١٧.

بينما يقول جيمس روزانو أحد علماء السياسة الأمريكيين عن العولمة: "إنّها العلاقة بين مستويات متعددة لتحليل الاقتصاد والسياسة والثقافة والأيدولوجيا، وتشمل: إعادة الإنتاج، وتداخل الصناعات عبر الحدود وانتشار أسواق التمويل، وتمائل السلع المستهلكة لمختلف الدول نتيجة الصراع بين المجموعات المهاجرة والمجموعات المقيمة"^١.

ويعرّف محمد عابد الجابري العولمة بقوله: هي "العمل على تعميم نمط حضاري يخص بلداً بعينه هو الولايات المتحدة الأمريكية بالذات على بلدان العالم أجمع" وهي أيضاً أيدولوجياً تعبر بصورة مباشرة عن إرادة الهيمنة على العالم وأمرّكته". أي محاولة الولايات المتحدة إعادة تشكيل العالم وفق مصالحها الاقتصادية والسياسية، ويتركز أساساً على عمليتي تحليل وتركيب للكيانات السياسية العالمية، وإعادة صياغتها سياسياً واقتصادياً وثقافياً وبشرياً، وبالطريقة التي تستجيب للمصالح الاستراتيجية للولايات المتحدة الأمريكية"^٢.

وبالتالي يمكن القول إن العولمة، هي: مجموعة الظواهر والمتغيرات والتطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتقنية التي تمتد تفاعلاتها وأبعادها وتأثيرها لتشمل مختلف دول العالم بدرجات متفاوتة وأشكال مختلفة.

وباعتبار أن العولمة الإعلامية هي جزء من العولمة الثقافية، يمكن القول إن العولمة في جانبها الثقافي، تحويل الثقافة نفسها ومؤسساتها إلى سلعة، وأمام إشاعة ثقافة العولمة ذات الطابع الأمريكي والمتجهة إلى إقصاء الثقافات الأخرى، من خلال قوتها المالية وقدرتها على الإنتاج والتوزيع، لا من خلال قيمتها الثقافية أو منافستها الثقافية.

وتهدف العولمة في شكلها الثقافي إلى إزالة الحدود الدينية والعادات والتقاليد، حتى تكون العقول المستقبلية للمادة الثقافية أكثر انفتاحاً وتقبلاً لما يأتي من الخارج، دون تفكير أو إعادة نظر بعد أن حطمت كل بوابات المراقبة والنقد، حيث يقوم النظام

^١ نعيمة شومان، العولمة بين النظم التكنولوجية الحديثة، بيروت، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى ١٩٩٨، ص ٤٠.

^٢ محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات، بيروت، دار المستقبل العربي، العدد ٣٢٨، ١٩٩٨، ص ١٣٧.

العالمي الجديد في مشروعه المعولم لكل شيء على اختراق الثقافات الوطنية وطمس معالمها وطرح بدائل جديدة^١.

إن أبرز مظاهر العولمة التي انعكست آثارها على الإعلام تتمثل في زيادة التدفق الإعلامي عبر الحدود الوطنية للدول من خلال وسائل الإعلام الحديثة (الصحافة الإلكترونية، البث الرقمي) التي ربطت أنحاء العالم من خلال الثورة الاتصالية والمعلوماتية متمثلة بالأقمار الصناعية.

إن الإعلام المعولم والذي يقصد به الإعلام الدولي يعمل على تكوين الرأي العام العالمي، ويساعد على الاحتكاك بين الدول تبعاً للغرض الذي يراد تحقيقه من عملية الاتصال، وتبعاً لدرجة الترغيب أو الترهيب، أو تبعاً لكونها عملية اتصال مقيدة المدى كالتسلية، أو طويلة المدى كالتعليم والثقافة.

لقد حولت شبكات الاتصال الحديثة والأقمار الصناعية والتقنيات الكون إلى ساحة تحاول القوى الكبرى أن تهيمن عليها، ومن هنا يأتي أهمية الإعلام الدولي كأداة أساسية في هذا الصراع^٢.

وتحاول الدول الكبرى أن تسيطر على أكبر قدر ممكن من وسائل الإعلام في المجال الدولي لكي يكون لها التأثير على الرأي العام العالمي، فالإعلام الدولي الناجح لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ولا يمكن أن يصدر عن هزيمة عسكرية، فالإعلام لا يرسم سياسة الدولة، ولكنه يعبر عنها.

لقد استخدم الإعلام من الناحية التطبيقية التأثير الاتصالي على الناس عن طريق نقل الأخبار والحقائق وإغفال البعض، ويتذكر العالم ما يسمى بالحرب المتلفزة في ضرب مدينة بغداد عام ١٩٩١، إذا لم تشهد البشرية في النصف الثاني من القرن العشرين حدثاً جندت له وسائل الإعلام المرئية والمسموعة مثلما جندت لحرب الخليج هذه، فكان المشاهد يتابع على شاشته الصغيرة كل أطوارها في حين وقوعها على الميدان مثلما يتابع نقلاً حياً لمباراة رياضية.

^١ راضية الشرعي، الإعلام العربي وتحديات العولمة الثقافية، مركز العهد الثقافي، ٢٤/٢/٢٠٠٦ - ص ٤٧ مقال منشور في www.alahd.com.

^٢ مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار أسامة للنشر، ٢٠٠٨، ص ٢٠١.

لقد تميزت هذه الحرب باستخدام تكنولوجيا حديثة لم يسبق استخدامها من قبل، فقد أجمع خبراء الاتصال من جهتهم على القول بأن تغطية هذه الحرب قد تميزت أيضاً باستخدام موسع ومعقد لأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الاتصال كأحدى أدوات العولمة الإعلامية، فالنقل الحي لصورة القنابل وهي تنهال على مدينة بغداد ليلة بدء الهجوم عليها أكسب شبكة التلفزيون الأمريكية CNN شهرة واسعة، ولا نتجاهل أيضاً ما تناقلته وسائل الإعلام الدولية لأحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١ في نيويورك، وما آلت إليه تطورات الأحداث لاحتلال أفغانستان، وكيف كانت وسائل الإعلام أو أدوات العولمة الإعلامية تتسابق فيما بينها لنقل الصورة من أرض المعركة. وبذلك، تفوقت الأسلحة الإعلامية وأثبتت قدرتها في إقناع الرأي العام العالمي فيما أطلقته الإدارة الأمريكية بالحرب على الإرهاب.^١

لقد بات واضحاً أن الإعلام المعولم بأدواته الحديثة هو أحد مقومات السياسة العامة للدول، وأحد أوجه تكاملها السياسي، وبات كل منها حريصاً على أن ينشئ الأجهزة المتخصصة للقيام بالوظيفة الاتصالية الخارجية.

أولاً: العولمة الإعلامية

تلخص العولمة واقعا سياسيا واقتصاديا وثقافيا وإعلاميا ظهرت ملامحه في نهايات القرن العشرين، وظهر عالم أحادي القطبية يريد تنميط السلوك الإنساني وفق تصوره في مجالات السياسة وغيرها من المجالات.

وبما أن الإعلام هو المرآة التي تعكس الواقع الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي لأي مجتمع، فإن الدور الذي يؤديه تجاه التعريف ببعض القضايا والمفاهيم الجديدة التي تطرح على الساحة هو امتداد لهذه الوظيفة التي يبرز فيها مفهوم العولمة بأبعادها ومظاهرها المختلفة.

^١ المرجع السابق، ص ٢٠٣

١ . سمات العولمة الإعلامية ومظاهرها :

يتسم الإعلام في عصر العولمة بسمات عدة، منها^١ :

١. أنه إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية: أي أنه مؤهل لتطورات مستقبلية جديدة تدفع به إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المختلفة.

٢. هيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه:

والمقصود بالهيمنة السيطرة على الملكية، والسيطرة على محتوى وتوجهات المضامين والأشكال المنتجة.

٣. التكامل الرأسي: من سمات الإعلام في عصر العولمة أيضا ظهور الشركات العملاقة ومتعددة الجنسيات وقيامها بالملكية المتعددة لوسائل إعلامية وأنشطة متعددة من نشر كتب وصحف إلى محطات إذاعية تلفزيونية إلى استوديوهات إنتاج سينمائي وتلفزيوني... الخ .

٤. وجود علاقة بين الشركات المتعددة الجنسية والوطن الأم: وهذه العلاقة هي علاقة تعاون وتكامل وذلك رغم ما يقال عن أن هذه الشركات ليست لها جنسية وليس لها وطن وإنما هدفها المادي أينما كان إلا أن الواقع أنها المؤسسات وطنية لها عمليات دولية .

٥. انتشار عمل الشركات العملاقة عبر وكلاء محليين: وذلك في إطار عمليات إعادة البث وشراء البرامج والإنتاج المشترك والاستثمارات الخارجية، ورغم ما تنتجه الثورة في تكنولوجيا الاتصال وعمليات التكامل والاندماج بين الإعلام والاتصال والمعلومات من إمكانيات هائلة لاخترق الحدود القومية والثقافية إلا أن الشركات الإعلامية متعددة الجنسية حرصت على العمل عبر وكلاء محليين، إذ برزت المكاسب الاقتصادية المترتبة على هذه الشراكة والتي لا تراعي احتياجات السوق المحلية بقدر سعيها لخلق احتياجات محلية زائفة تتماشى مع المضامين والصور المعولمة والتي ينتج تسويقها وفق آلية الإنتاج الضخم وتحقيق مزايا تنافسية.

^١ مجد الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص ١٠٢.

٦. تراجع دور الدولة في النظام الإعلامي الدولي: في ظل الثورة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال، وفي ظل انتشار العولمة كظاهرة وما تعنيه من عولمة الاقتصاد والدعوة إلى توحيد الأسواق، والخصخصة، وطبقا للتفسير الاقتصادي لوسائل الإعلام، وتحول الاقتصاد العالمي نفسه خلال العقد الأخير من القرن العشرين إلى اقتصاد معلومات، إذ أصبحت المعلومة فيه أهم عوامل إنتاج السلع والخدمات فإن دور الدولة تراجع بصفة عامة، وبدأت أهمية حدودها الجغرافية تتآكل وبالتالي بدأت سيطرتها على وسائل الإعلام تقل بعدما كانت هي اللاعب الوحيد في مجال الإعلام حيث تقوم بوظيفة تنظيم ورقابة بيئة النظام الإعلامي على المستوى المحلي أو الوطني فهي التي تمنح تراخيص وإدارة المؤسسات الإعلامية وتقوم بسن القوانين المنظمة لعمل هذه المؤسسات وتنفيذ هذه القوانين ثم الرقابة على تدفق المعلومات عبر حدودها الوطنية .

٧ . لا يشكل الإعلام المعولم نظاما دوليا متوازنا: لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من شمال الكرة الأرضية وهذا ما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليه في مقابل تبعية الدول النامية له.

وفي هذا الإطار يمكن إجمال مظاهر العولمة الإعلامية في النقاط التالية^١:

١. التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، إذ أنه مع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي ظهرت تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة.

٢. إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيري، حيث تفتح تكنولوجيا الاتصال أفقا جديدة لاستخدامات ووظائف جديدة للاتصال، كما تحطم هذه الثورة الفواصل التقليدية بين الإعلام أو الاتصال الجماهيري من جهة والاتصال الشخصي من جهة ثانية، وتقود نحو نمط اتصالي جديد يتسع لكل أنماط الاتصال هو الاتصال التفاعلي،

^١ علي القرني، دور الإعلام في بلورة اتجاهات التغيير في قواعد السياسة الدولية في عصر العولمة، عمان، مركز دراسات الشرق الأوسط، ص ١١٢.

القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين، علاوة على اتساع وتناول حرية المتلقي في الاختيار.

٣. تزايد أهمية اقتصاديات الإعلام والاتصالات والمعلومات على النحو الذي رصد فيه الباحث ظاهرة الاندماج والتكامل بين المؤسسات العاملة في هذا الميدان وتضخم ميزانياتها وأرباحها، وهو الأمر الذي لا يختصر على كونه نشاطا اقتصاديا فحسب، وإنما ينطوي على البعد الثقافي، حيث تظل المضامين الإعلامية الواردة من هذه المؤسسات أسيرة النظرة التي يعتنقها مالكوها للعالم، باعتبارها تتعامل مع معلومات ونتاج فكري وثقافي معين، مما يؤدي إلى تنميط المنتجات الإعلامية المعلوماتية بهدف توحيد العالم وفق مقتضيات الاقتصاد، وخصوصا اقتصاديات الإنتاج الإعلامي والترفيهي الأمريكي الذي يسيطر على السوق العالمي.

ويشير الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة "بترس غالي" إلى "أن القدرة الإعلامية أصبحت جزءاً من عمليات التدخل الدولي التي تجري تحت مظلة الأمم المتحدة، وذلك لتتمكن هذه العمليات من شرح مهمتها للسكان وللقيام من خلالها بإتاحة مصدر معلومات موثوق به ومحايد، في مجابهة المعلومات الكاذبة التي تنتشر عنها من جانب الأطراف ذاتها، والإذاعة والتلفزيون هما أكثر وسائل الإعلام فعالية في أداء هذا الغرض، ففي جميع العمليات التي توفرت لها قدرة إعلامية، ولو في وقت متأخر، كان هناك تسليم بأن ذلك أسهم إسهاماً لا تقدر قيمته في نجاح العملية"^١.

ومن خلال العولمة الإعلامية، تركزت وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية متعددة الجنسيات، والتي تستخدم الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي، حيث يدفع مضمون الإعلام الغربي إلى التوسع العالمي لثقافة الاستهلاك عبر إدخال قيم أجنبية تطمس أو تزيل الهويات القومية أو الوطنية^٢.

^١ - بترس غالي، خطة السلام، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك، ١٩٩٥، ص ١٠٨.

^٢ - محمد شوفان، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، تونس، مجلة الفكر ١٩٩٥، ص ٤١.

ويرى "نجوم تشومسكي" أن عولمة الإعلام هي الزيادة الضخمة في الإعلان عن السلع الأجنبية والتركيز على ملكية وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي انخفاض التنوع، والزيادة في التوجه المعلن.

ويوضح هذا الاستنتاج بقوله: "إن العولمة هي التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة شاملة ومستبدة يحركها أولاً الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور أسلوب حياة قائمة على حاجات مصنعة مع تجزئة الجمهور، وفصل كل فرد عن الآخر، حيث لا يدخل الجمهور على الساحة السياسية ويزعج أو يهدد نظام القوى أو السيطرة في المجتمع"^١.
إذ إنه من خلال العولمة الإعلامية، فإن ملكية وسائل الإعلام تركزت في عدد من التكتلات الرأسمالية متعددة الجنسيات، والتي تستخدم الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي.

ثانياً: العولمة وتأثيرها في الإعلام العالمي

لقد أخذ البعض يردد مصطلح العولمة من دون دراية صحيحة بدلالاته الحقيقية على الرغم من ذبوعه على أوسع نطاق منذ أواخر الثمانينات من القرن العشرين، ومن هنا فإن طرح تعريف واضح ودقيق للعولمة لا يعدو أن يكون اجتهاداً ومحاولة. فقد لقد بدا أن الاعتبارات الإيديولوجية كانت هي العامل الفيصل في حكم . ومن ثم تعريف . الخبراء والباحثين للعولمة.^٢

فالعولمة التي يجري الحديث عنها حالياً هي نظام أو نسق ذو أبعاد تتجاوز دائرة الاقتصاد، العولمة هي نظام عالمي . أو يراد لها أن تكون كذلك . يشمل مجال المال والتسويق والمبادلات والاتصال، كما يشمل أيضاً مجال السياسة والفكر والإيديولوجيا^٣. ويرى بعض الباحثين أن العولمة قد حددت وسائلها لتحقيق إرادة الهيمنة على العالم وأمركته، ومن أهم تلك الوسائل إعطاء الأولوية والأهمية القصوى للإعلام

^١ . نجوم تشومسكي، إهدار الحقيقة: إساءة التعليم والإعلام وأوهام الليبرالية والسوق الحرة، مكتبة الشروق الدولية ، ترجمة: نعيمة علي، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦، ص ٧٨.

^٢ . أسما حسين حافظ، مذاهب وإيديولوجيات سياسية مقارنة، القاهرة، دار آتون للنشر، ١٩٩٩، ص ١٠.

^٣ . محمد عابد الجابري، "العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات"، مرجع سابق، ص ١٦.

لإحداث التغييرات المطلوبة على الصعيدين المحلي والعالمي، باعتبار أن الجيوبوليتيك أو السياسة منظور إليها من زاوية الجغرافيا، وبالتالي الهيمنة العالمية أصبحت في مراقبة السلطات اللامادية، سلطة تقنية تكنولوجيا الإعلام التي ترسمها وسائل الاتصال الإلكترونية المتطورة.

وهكذا، بدلاً من الحدود الثقافية الوطنية والقومية تطرح إيديولوجيا العولمة حدوداً أخرى غير مرئية ترسمها الشبكات العالمية بقصد الهيمنة على الاقتصاد والأذواق والفكر والسلوك.^١

بل إن ثمة باحثين رؤوا أن الأمر يتعدى حدود إعطاء الإعلام كل الأهمية والأولوية لتحقيق أهداف العولمة إذ عرّف "السيد أحمد مصطفى عمر" إعلام العولمة على النحو الآتي: «إعلام العولمة هو سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، وإنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية، لتقيم عالماً بلا دولة وبلا أمة وبلا وطن، وهو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات، ويتسم مضمونه بالعالمية والتوحد على رغم تنوع رسائله التي تبت عبر وسائل تتخطى حواجز الزمان والمكان واللغة لتخاطب مستهلكين متعددي المآرب والعقائد والرغبات والأهواء.^٢

ونتيجة ما سبق، فإن الإعلام في عصر العولمة استطاع أن يفعل ما يأتي^٣:

١. استطاع إعلام العولمة بقدراته التكنولوجية الهائلة أن يضعف من نظم الإعلام الوطنية ويزيد من تبعيتها، إذ تنقل منه ما يوجد عليها من معلومات وإعلانات وصور.
٢. استطاع أن يؤثر في العلاقات الدولية تأثيراً كبيراً.
٣. استطاع أن يؤثر في الواقع الاقتصادي والسلوك الاستهلاكي العالمي.

^١ المرجع السابق، ص ١٧.

^٢ السيد أحمد مصطفى عمر، "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك"، المستقبل العربي، العدد ٢٥٦، بيروت، حزيران ٢٠٠٠، ص ٧٦.

^٣ عواطف عبد الرحمن، "حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، الدراسات الإعلامية"، العدد ٩٣، تشرين الأول - تشرين الثاني ١٩٩٨، ص ٦٩ - ٧١.

٤. استطاع أن يكفل محيطاً ثقافياً واسعاً ونظرة أشمل إلى العالم.
٥. استطاع أن يجبر الدول وحكوماتها على الاهتمام بمشكلات وقضايا كانت محل تجاهلها.

٦. حوّل البيئات والمجتمعات الداخلية إلى بيئات ومجتمعات عالمية، ما أثر في صانعي القرار والسياسات الداخلية.
ومن خلال ما سبق، فإن للعولمة تأثير في الإعلام العالمي من خلال ظهور ما يعرف بظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية، وظهر ما يعرف بدبلوماسية الأقمار الصناعية والإعلام الإلكتروني بدلاً من الدبلوماسية التقليدية، بالإضافة إلى تزايد التلفزيون والكمبيوتر في استطلاعات الرأي وإدارة الانتخابات وغيرها من الأنشطة.

ثالثاً: أثر العولمة في مستقبل الإعلام العالمي

على الرغم من الاختلافات الكبيرة بين الخبراء والباحثين فيما يتعلق بتعريف أو تحديد مفهوم العولمة، وكذلك فيما يتعلق بالمواقف منها إيجابياً وسلباً، فإنه ليس ثمة خلافات واضحة فيما يتعلق بمعظم ما يطرح من تحديات على وسائل الإعلام في ظل العولمة.

لقد استطاعت وكالات الأنباء العالمية استيعاب ما طرحته العولمة من تغيرات على صعيدي التقنية والرسالة الإعلامية واستخدمته لصالحها، وفي سبيل ذلك طورت وسائلها ونوعت خدماتها وغيرت أجندتها الإخبارية، وتبادلت الخدمات والمنافع مع وسائل الإعلام الأخرى وحدثت منتجاتها.

ولم تقف وكالة الأنباء العالمية الأربع (أ ف ب) و (رويترز) و (أب) و (يو بي آي) عند حد استيعاب المتغيرات المتعلقة بالعولمة لكنها أيضاً باتت وسيلة وأداة للعولمة، وهو الأمر الذي يعني أن تلك الوكالات أخذت من العولمة وأعطتها وواجهت تحدياتها واستفادت من فرصها على النحو التالي^١:

^١ فريق العمل المعني بإعداد ورقة «العولمة والإعلام العربي»: رؤية عربية مشتركة مرفوعة إلى اللجنة الدائمة للإعلام العربي في دور انعقادها العادي السادس والستين، دراسة أولية «العولمة والإعلام العربي»، الدراسات الإعلامية، العدد ١٠١، تشرين الثاني وكانون الأول، ٢٠٠٠، ص ٦٠.

١. استفادت من آخر مستحدثات التقنية، وشاركت في تطويع تقنيات معينة للتوافق مع متطلباتها.

٢. عدلت أجندها الإخبارية بما يتوافق مع القضايا العالمية.

٣. استحدثت خدمات جديدة تتوافق مع متطلبات العصر الذي تمثل العولمة أهم تجلياته.

٤. مالت إلى اعتماد الأسس الاقتصادية في إدارة أعمالها ما أدى إلى تقويتها مؤسسياً.

ويظهر مما سبق أن وكالات الأنباء في ظل العولمة تواجه جملة من التحديات التي يمكن تصنيفها إلى قسمين: أولهما تقني يتصل بالبنى الأساسية والأجهزة اللازمة للتعامل مع ثورة المعلومات، وثانيهما يتصل بمحتوى الرسالة الإعلامية.

على أنه ثمة تحدٍ ثالث لا يقل أهمية عن التحديات المصنفة في القسمين السابقين، وهو المتصل ببيئة الوكالة المؤسسية وفلسفتها، ومن ضمنه^١:

١. ثورة المعلومات التي نتجت عن تراكم المعارف الإنسانية في النصف الأخير من القرن العشرين.

٢. الثورة التقنية المتجددة والمتسارعة التي طرحت على العالم وسائل وعلاقات جديدة وطرقاً غير مسبوقة في العمل لم تعرفها البشرية من قبل.

٣. التقدم الكبير في مجال الإعلام والاتصال في عصر الأقمار الصناعية، والتي جعلت من العالم قرية إعلامية صغيرة.

٤. التطورات الثقافية والعلمية التي يشهدها العالم، والتي تطرح تحديات على الثقافات والهويات والحضارات.

٥. بدء عصر الكيانات الكبيرة والتجمعات الإقليمية التي باتت إحدى السمات البارزة في مستهل القرن الحادي والعشرين.

ويضاف إلى هذه التحديات ما يأتي:

^١ المرجع السابق، ص ٦٣.

١. زيادة أدوار ومساحات تأثير بعض وسائل الإعلام، كالتلفزيون الذي كان الأكثر استفادة من ثورة التقنيات والمعلومات.
 ٢. زيادة عدد المطبوعات وتنوع وتوسع احتياجاتها.
 ٣. الزيادة الكبيرة في المطبوعات ووسائل الإعلام المتخصصة في مجالات معينة، كالرياضة والاقتصاد وغيرها.
 ٤. تقلص دور حكومات الدول المتقدمة في دعم وسائل الإعلام بالصور العلنية، وانهايار وتراجع أدوار عدد وسائل الإعلام الكبرى التي اعتمدت على الدعم الحكومي تماماً.
 ٥. اعتبار الدعم الحكومي لوسيلة إعلام ما إحدى معوقات عملها وتوسع دورها وتحسن صورتها الذهنية.
- كما تطرح المنافسة مع وكالات الأنباء الأخرى ووسائل إعلام أخرى الحاجة إلى توفر مستوى مهني احترافي عالمي للعاملين في وكالات الأنباء.
- ويكفي للتدليل على خطورة التحديات السابق ذكرها الإشارة إلى أن ثورة المعلومات إضافة إلى الثورة التقنية، تضافراً معاً لتشكيل ما عرف بقفزة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهي العامل الذي أثر في الإعلام تحديداً تأثيراً مباشراً يمكن تحديده، وفق ما أشارت إليه عواطف عبد الرحمن، فيما يلي:^١
١. ظهور ما يعرف بظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود القومية وهي ظاهرة يحل فيها بدرجات متفاوتة تنظيم الشعوب في مجموعات أفقية مما يؤدي إلى تهميش الثقافات القومية.
 ٢. حدوث تغيرات نوعية في أنماط ومستويات الخدمة الإخبارية التي تقدمها وسائل الاتصال، سواء المرئي أو المسموع أو المقروء، ما أدى إلى اتساع نطاق الخدمات الإخبارية من خلال الإعلام المرئي، إذ أصبح في استطاعة شبكات الإعلام الدولية بث الحدث لحظة وقوعه ومن موقعه.

^١ . عواطف عبد الرحمن، حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، مرجع سابق، ص ٦٩ . ٧١.

٣. في إطار ثورتي المعلومات والاتصال يلعب التلفزيون والكمبيوتر أدواراً غير مسبوقة، سواء في استطلاعات الرأي أو إدارة الانتخابات، وذلك في ظل تغير مكانة الديمقراطية النيابية، وليدة عصر الصناعة، وتزايد مساحة الشفافية في العمل السياسي. على أنه ثمة ركائز ضرورية تبرز في التأسيس للتعامل مع ظاهرة العولمة من قبل وسائل الإعلام ووكالات الأنباء تحديداً على النحو التالي^١:

١. العولمة واقع نعيشه يجب تطوير الأدوات الإعلامية لمواجهته.

٢. الحفاظ على أهداف الرسالة الإعلامية وتطويرها.

٣. متابعة الابتكارات التقنية الحديثة والإفادة منها.

٤. استكمال التشريعات الخاصة بحقوق الملكية.

٥. الحفاظ على الهوية.

إن العولمة كما طرحت تحدياتها على شتى الأنظمة السياسية، خصت الإعلام بنصيب منها، بل إن الإعلام شغل بدوره حيزاً واسعاً في استراتيجيات الدول السياسية والاقتصادية والعسكرية، متخذاً قوة ما يعرف بالسلطة الرابعة بعد السلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية.

على أن هذه التحديات لم تفرق بين وسائل الإعلام في الدول المتقدمة وتلك في الدول النامية، لكن التفرقة كانت في كيفية استجابة تلك الوسائل لتحديات العولمة وقدرتها على التعامل معها بإيجابية.

غير أن العولمة تطرح فرصاً لوسائل الإعلام في الدول النامية يمكن اغتنامها على النحو الآتي^٢:

١. يخرج العالم . بفضل ثورة التقنية وخصوصاً الاتصالية منها . من ظاهرة قديمة طغت على الفكر أكثر من ربع قرن هي التبعية وما رافقها من فلسفات وأفكار وحروب وصراعات، إلى ظاهرة تكاد تكون جديدة هي اللاتبعية، إذ لم يعد رخاء بعض الدول مرتبطاً بالمطلق بفقر الدول الأخرى.

^١ . فريق العمل المعني بإعداد ورقة «العولمة والإعلام العربي»، مرجع سابق، ص ٦١ . ٦٣ .

^٢ أسامة أمين الخولي(محرر)، العرب والعولمة، مرجع سابق، ص ٦٤ .

٢. إننا أمام ثلاثي: المال والديمقراطية والاقتصاد الحر، ومعها تقنية علوم الاتصال والعولمة والإعلام، وكلها تدفع إلى عملية التدويل أو العولمة القسرية.
 ٣. استمرار انخفاض التكلفة في نقل الأخبار ما سيضاعف من انتشار أنظمة الأخبار المتطورة في جميع أنحاء العالم.
 ٤. نمو وتطور الإعلام التفاعلي، ما سيضاعف من الاتصال على المستويات الشعبية في جميع أنحاء العالم.
 ٥. تطور أجهزة الكمبيوتر ومساهمتها بصورة أكثر فعالية في العمليات الاتصالية ما يحقق ويجسد المصطلحات الجديدة التي أخذت في الظهور على ساحة الإعلام مثل الاتصال الكومبيوترى.
 ٦. تطور أنظمة الوسائط المتعددة واستعمالها على نطاق واسع في أشكال مختلفة في الإعلام.
 ٧. تطور الأقمار الاصطناعية، وبخاصة التي تطلق على ارتفاعات منخفضة ما سيفيد وسائل إعلام عدة.
- إن كل ما سبقت الإشارة إليه لا يستثني الدول النامية، فهذه الدول يمكنها الاستفادة من هذه الفرص في إنشاء وسائل إعلام تابعة لها، فلا يوجد أي حذر على التقنية المتعلقة بالأنشطة الاتصالية، كما أن قواعد عمل وإنشاء وسائل الإعلام المتقدمة ليست من قبيل الأسرار ولا تخضع لأي نوع من التغطية أو الحماية.
- إن العولمة كما طرحت تحدياتها على وسائل الإعلام، أتاحت فرصاً أيضاً، وبما أن ثمة اتفاقاً لم يحظَ بخلاف واحد على أن العصر الحالي هو عصر العولمة، وإن تلك العولمة صبغت الإعلام تحديداً بصبغتها إلى حد وجود ما يسمى بالإعلام العولمي ... فليس ثمة من مفر سوى بتعامل وسائل الإعلام بمواجهة تحدياتها والإفادة من فرصها.
- كما أن التطورات التكنولوجية الحديثة أحدثت نقلة نوعية في عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت في أنحاء العالم كافة، وربطت أجزاءه المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار

والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وهذه المواقع هي عبارة عن صفحات ويب على شبكة الإنترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدرشة)، وهناك المدونات الشخصية التي يجعلونها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم، ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم. ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتوب حتى ظهرت شبكات التواصل الإجتماعية مثل: (الفيس بوك - تويتر - واتس أب - ماي سبيس - لايف بوون - هاي فايف - أوركت - تاجد - ليكند إن - يوتيوب وغيرها)، التي أتاحت البعض منها مثل: (الفيس بوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

ويسجل لهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة، كما إنها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تتجمع وتتجاوز بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكاراً ورؤى مختلفة، متقاربة أو موحدة أحياناً، مما أثرت هذه الحوارات على تلك الشبكات وزادتها غنى، وجعلت من الصعب جداً على الرقابة الوصول إليها، أو السيطرة عليها، أو لجمها في حدود معينة¹.

¹ محمد صلاح أبو رجب، تأثير الإعلام على الرأي العام وانعكاس ذلك على السياسة الأمنية، مقال منشور في www.alwafd.org

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصاً موقع (الفييس بوك)، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفرط عقده وانهياره، إلا أنها تعد وسيلة مهمة للتقارب بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم ووجهات النظر مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في عمليات التغيير السياسي والانتفاضات الجماهيرية باعتبارها وسيلة فاعلة حشد للرأي العام .

مما سبق يمكن القول، إن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في التأثير على الرأي العام، فضلاً عن أنها تعدّ أداة فاعلة في التغيير على المستوى السياسي. وبالتالي، فقد أدت العولمة إلى إعادة تعريف بعض المفاهيم الأساسية في علم السياسة، كسيادة الدولة والأمن والقوة والأيديولوجيا والنظام الدولي، كما اكتسبت عناصر ودلالات جديدة، وتبين أن هناك تداخلاً شديداً بين الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والإعلامية، نظراً لأن ظاهرة العولمة أثرت وتؤثر على عديد من ظواهر ومتغيرات الحياة السياسية، مثل دور الأحزاب السياسية، وبخاصة في المجتمعات الغربية إذ يلاحظ أن هذا الدور يتراجع في بعض الدول تحت سطوة أجهزة الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني

العلاقة التفاعلية بين الإعلام والسياسة الخارجية للدولة

منذ أقدم العصور، استخدمت الأدوات الإعلامية في نطاق التحرك السياسي الخارجي للدول، وقد اختلف أسلوب استخدام هذه الأدوات تبعاً لدرجة تطور الدول ودرجة تطور وسائل الإعلام ذاتها، إلا أن السمة الأساسية في الإعلام الخارجي تمثلت في كونه إعلاماً موجهاً إلى العدو، ومن هنا كانت السيادة في هذا المجال لأشكال معينة من الإعلام، كالدعاية والشائعات والحرب النفسية.

ومنذ الحرب العالمية الثانية، ومع بدء التطور في تقنية الإعلام وظهور الراديو، ازدادت أهمية الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية ويقدم نموذج ألمانيا الهتلرية أبلغ دليل على ذلك الاتجاه.

ثم جاءت الحملة الإعلامية للحلفاء بعد ذلك، بوصفها حملة مضادة للحملة الألمانية، لتؤكد ازدياد أهمية الإعلام كأداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية، ولتمهد الطريق لظهور مرحلة جديدة من مراحل التعامل الإعلامي الخارجي في فترة ما بعد الحرب، وهي فترة الحرب الباردة، وصولاً إلى الحقبة المعاصرة وما بها من تطورات، وهنا يمكن طرح التساؤل التالي: ما تأثير هذه التغيرات السياسية والإعلامية على الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية؟

المبحث الأول: الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية في المجتمع

المعاصر

تقوم هذه الدراسة على فرضية ينطلق منها الباحث من خلال الملاحظة العلمية لتطور استخدام الإعلام، وتتخلص في أنه اتسع نطاق استخدام الإعلام منذ نهاية الحرب العالمية الثانية كأداة من أدوات السياسة الخارجية، غير أن مضمون استخدام الإعلام قد تغير تبعاً لتغير الظروف الدولية.

وسيحاول الباحث اختبار صحة هذه الفرضية، وذلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية في حقبة الحرب

الباردة

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، ظهر نظام دولي جديد يقوم على أساس انقسام العالم إلى كتلتين رئيسيتين متصارعتين، هما الكتلة الغربية بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية، والكتلة الشرقية بزعامة الاتحاد السوفييتي، كما شهدت فترة ما بعد الحرب حصول العديد من الأقاليم التي كانت واقعة تحت الاحتلال الغربي على استقلالها، ومن ثم ظهرت مجموعة دول عدم الانحياز مكونة من الدول الآسيوية والأفريقية، التي حاولت أن تتبع سياسة مستقلة عن الكتلتين الكبيرتين المتصارعتين، ونجحت لفترة من الوقت في تحقيق بعض المكاسب نتيجة لاستفادتها من التناقضات التي كانت قائمة بين الكتلتين الرئيسيتين المتصارعتين، وسعى كل منهما لاجتذاب دول عدم الانحياز إلى معسكرها. من ناحية أخرى، شهدت فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية تطوراً هائلاً في مجال صناعة الأسلحة النووية وأسلحة الدمار الشامل¹.

وإزاء هذا الوضع، ظهر ما يعرف بتوازن الرعب النووي بوصفه مفهوماً يحكم العلاقات بين القوتين الأعظم، ويجعل إمكانية نشوب الحرب بينهما شبه مستحيلة، نظراً لعدم إمكانية أي من الطرفين تحقيق نصر شامل على الطرف الآخر في حال نشوب حرب نووية بينهما.

¹ محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، مرجع سابق، ص ٨١.

غير أن توازن الرعب بين العملاقين، وإن كان قد أدى إلى منع قيام حرب نووية بين القوى العظمى، إلا أنه لم يمنع من نشوب العديد من الحروب الإقليمية بين دول العالم الثالث^١.

وفي ظل هذه الأوضاع، يحاول الباحث أن يعرض للاستخدام الإعلامي بوصفه أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية خلال هذه الفترة:

أولاً: الإعلام كأحدى الأدوات في إدارة الصراع بين القوتين الأعظم في حقبة الحرب الباردة

في ظل توازن الرعب النووي في فترة الحرب الباردة، أصبح الإعلام إحدى الأدوات الهامة في إدارة الصراع بين القوتين الأعظم، وخاصة في ظل سعي كل منهما لمدّ مناطق نفوذها في أنحاء العالم المختلفة^٢.

وقد نتج عن هذا الوضع التوسع في استخدام هاتين القوتين لوسائل الإعلام في مجال السياسة الدولية، فقد برزت خلال هذه الفترة ما يسمى بالإذاعات الدولية. وبالنسبة للكتلة الشرقية، كان الهدف الأساسي لهذه الإذاعات العمل الإيديولوجي ونشر الفكر الشيوعي لدى الشعوب عامة. كما ازدادت أهمية الإعلام في نطاق النظام السوفييتي بعد وفاة ستالين والتتكر لسياساته، وظهر سياسة التعايش السلمي وتنمية العلاقات مع الغرب وتوسيع دائرتها، الأمر الذي أدى إلى ازدياد الحاجة إلى الإعلام وأجهزته.

أما بالنسبة للإذاعات الغربية الدولية، فكان هدفها المعلن هو الصراع المتواصل ضد "ديكتاتورية الشيوعية" ورفع معنويات الشعوب "المغلوبة على أمرها"، حتى يتم "تحريرها"، أما بعد وفاة ستالين، وإعلان الاتحاد السوفييتي لسياسة التعايش السلمي، تغيرت أهداف الإذاعات الغربية الدولية إلى حد ما، وصار هدفها يدور حول تزويد

^١ - محمد سعد أبو عامود، المرجع سابق، ص ٨٢.

^٢ - صلاح نصر، الحرب النفسية بين الكلمة والمعقد، الجزء الأول، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٧، ص ٢٢٣، ص ٢٢٤.

الجماهير بأوسع دائرة من المعلومات والبيانات والحقائق والتفسيرات والتحليل والآراء، بحيث يتاح للشعوب شرقي أوروبا تكوين الرأي على هذا الأساس^١.

كما ظهرت الإذاعات السرية، وهي تلك الإذاعات التي تظهر في إطار الصراع السياسي والعسكري بين قوى داخلية أو خارجية، ولا تعلن عن المكان الذي تمارس منه نشاطها الدعائي.

ويرجع ظهور هذه الإذاعات إلى وجود ظاهرة الاستقطاب الدولي، وما صاحبه من حرب باردة، والصراع بين القوتين الأعظم لتدعيم نفوذها في العديد من دول العالم الثالث، بالإضافة إلى الصراعات الداخلية والإقليمية في هذه الدول، وارتباط أطراف هذه الصراعات بقوى داخلية وخارجية اتخذت من هذه الإذاعات وسيلة لتدعيم موقفها في هذا الصراع أو ذاك.

من جهة أخرى، فإن حركات التحرر الوطني التي اجتاحت العالم الثالث، وخاصة في الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وما صاحب ذلك من صراعات وحروب أدت إلى إنشاء الأحلاف ١٩٥٥، وأزمة السويس ١٩٥٦ وثورة اليمن ال ١٩٦٢ .

في كل هذه الصراعات وغيرها، تم الاعتماد على الدعاية بصورة مكثفة، وكانت الإذاعات السرية أحد أهم مظاهر استخدام هذا السلاح. الأمر ذاته نجده في أمريكا الجنوبية والوسطى والشرق الأوسط خلال السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين، ويتفق الباحث مع ما ذهبت إليه شاهيناز بسيوني في أن الإذاعات السرية ترتبط بسمة من أهم سمات النظام الدولي المعاصر، وهي ظاهرة الصراع، إذ شكلت هذه الإذاعات سلاحاً من أسلحة المعركة بديلاً عن صراع الأسلحة في ظل المخاوف من الحرب النووية^٢.

^١ . محمد فتحي، عالم بلا حواجز: في الإعلام الدولي، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، ١٩٨٢، ص ٢٩.

^٢ - شاهيناز بسيوني، "الإذاعات السرية ومنطق الصراع في النظام الدولي المعاصر"، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، المركز العربي للدراسات الإعلامية ن العدد ٥٧، شهر تشرين الأول ١٩٨٩، ص ٤٤.

إن ما يخلص إليه الباحث من هذا العرض هو اتساع نطاق مجالات الإعلام في السياسة الخارجية خلال حقبة الحرب الباردة، إذ كان أداة الصراع الإيديولوجي بين الكتلتين الكبيرتين.

ثانياً: الإعلام كأداة لخلق حال التبعية بين الدول المتقدمة والدول النامية

يلعب الإعلام دوراً كبيراً في عملية التنمية والتحديث، من خلال الدور الذي يقوم به في تثقيف الشعوب النامية، وحثها على انتهاج الطريق الذي سلكته الدول المتقدمة، وبذلك تصبح هذه الدول مثلاً أعلى تتعلق به أنظار وطموحات الدول الفقيرة، ويصبح دور الإعلام هو نقل هذه الشعوب من النمط التقليدي إلى التحديث، أي إلى الحياة وفقاً للنمط الغربي، من خلال حثها على نبذ الأساليب التقليدية، وترغيبها في الأنماط الاستهلاكية التي تسود المجتمعات الغربية المتقدمة.

والواقع، أنه تمت محاولة فرض نماذج التنمية الرأسمالية على دول العالم الثالث، والتي أدت إلى تعميق التبعية للغرب، سواء من الناحية الاقتصادية أو الثقافية¹.

ويرى "هربرت شيلر" أن الاستعمار الإعلامي هو لون جديد من ألوان السيطرة الخارجية على الدول النامية، إذ إنه جهد منظم وواع تقوم به الولايات المتحدة من أجل الحفاظ على تفوقها السياسي والاقتصادي والعسكري، وإن وسائل الإعلام هي امتداد للإمبراطورية الأمريكية التي بدأت تنتشر بعد الحرب العالمية الثانية.

ويشرح "هربرت شيلر" رؤيته في إطارها الجديد فيذكر أن صناعات القرار السياسي والمفكرين الغربيين استقر رأيهم على استخدام التكنولوجيا كأداة تضمن استمرار السيطرة الغربية والأمريكية على الأوضاع الثقافية والاقتصادية الدولية، وتتضمن هذه التكنولوجيا شبكات الكمبيوتر ونظم الأقمار الصناعية التي تقوم ببث كميات هائلة من الأخبار والمعلومات عبر دوائر عابرة للحدود القومية، الأمر الذي يجعلها بمنأى عن

¹ . عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد ٧٨ حزيران، ١٩٨٤، ص ٥٠.

الرقابة المحلية، مما سيكون له آثاره الخطيرة على الثقافات القومية في المرحلة المقبلة^١.

ثالثاً: الإعلام كأداة لخلق حالة من الصراع بين القوتين الأعظم للسيطرة على أكبر قدر من المعلومات

لقد أدى التوسع في استخدام الإعلام في مجال السياسة الخارجية إلى خلق حالة من الصراع بين القوتين الأعظم، للتحكم في أكبر قدر ممكن من المعلومات، وذلك من أجل السيطرة على الرأي العام العالمي.

كما أصبح الفضاء الخارجي مجالاً للصراع العنيف بين القوتين الأعظم، حتى أصبح يعجُ بمئات الأقمار الصناعية بكافة أنواعها، ولأغراض متعددة. ويرى فتحي الإيباري أن فترة الحرب الباردة في نطاق استخدام الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية تدور في الدوائر التالية^٢:

١. استخدام الإعلام من جانب القوتين الأعظم في إدارة الصراع السياسي فيما بينهما، وكأداة من أدوات الضغط والتأثير لتحقيق مصالح كل منهما.

٢. تمّ استخدام الإعلام كأداة من أدوات التغيير الثقافي والفكري لدى بعض الشعوب والدول. ففي فترة ما بعد الحرب، أجريت العديد من الدراسات التي تهدف إلى معرفة كيف يمكن التأثير على عقول البشر وكسب صداقات الأمم. واتجه الإعلام الأمريكي نحو اليابان من أجل إحداث تغيير في البنية الثقافية اليابانية ونزع الأفكار الخاصة بالأمجاد العسكرية اليابانية، والدعوة إلى توجيه الطاقات اليابانية نحو التنمية الاقتصادية، وفقاً للنموذج الأمريكي.

كما قام الإعلام الأمريكي بدور هام من أجل إزالة الأفكار النازية في ألمانيا، كذلك اتجه الإعلام السوفييتي إلى دول أوروبا الشرقية من أجل ترسيخ قواعد الاشتراكية في هذه الدول وتقوية التحالف القائم بينهما.

^١ - Herbert, I. Schiller, Communication and Cultural domination , , New York White, Pdings, 1976, P.5: 23, 46: 63.

^٢ . فتحي الإيباري، الإعلام الدولي والدعاية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥، ص ٢٥.

٣. استخدام الإعلام كأداة من أدوات ربط الدول النامية بالدول المتقدمة، وذلك عن طريق إبراز إيجابيات النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي، سواء الأمريكي أو السوفييتي، من أجل إقناع هذه الدول بتبني هذا النموذج أو ذلك، وقد تفاوتت درجات النجاح التي حققتها الإعلامان الأمريكي والسوفييتي في هذا المجال، وإن كان المحصلة النهائية في صالح الولايات المتحدة، إذ استطاعت من خلال وسائل وآليات عديدة تحقيق قدر هام من السيطرة الإعلامية في الواقع الدولي المعاصر.

٤. استخدام الإعلام في نطاق الصراعات الإقليمية التي شهدتها دول العالم الثالث حيث كانت الأداة الإعلامية من أهم الأدوات التي استخدمت في إدارة هذه الصراعات. ومن خلال التطور الكبير والاستخدام الواسع لوسائل الإعلام، فقد استخدم الإعلام كأحد أهم أدوات الضغط والتأثير وتمير الرسائل بين الدول والمؤسسات السياسية الفاعلة على الصعيد الدولي كما استخدم في نقل الدول النامية من النمط التقليدي إلى التحديث.

المطلب الثاني: الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية بعد انتهاء الحرب الباردة

بعد انهيار الاتحاد السوفييتي وإعلان انتهاء الحرب الباردة، حدث تحول كبير في النظام الدولي، حيث برزت الولايات المتحدة بوصفها القوة العظمى الوحيدة في العالم، وبدأت الدعوة لوضع أسس نظام دولي جديد، وحتى الآن لم يتبلور هذا النظام في صورته النهائية ومن ثم يمكن القول بأن المرحلة الحالية هي مرحلة انتقالية بين نظام قديم ونظام جديد في حيز التكوين.

ووفقاً للواقع، فإن دور الولايات المتحدة سيكون أكثر اتساعاً خلال هذه المرحلة، وإن كان اتساع هذا الدور لا يلغي أهمية الأطراف الأخرى. ويرجع هذا إلى عوامل عدة منها، أن الولايات المتحدة لا تستطيع تحمل تكلفة هذا الدور نظراً لظروفها الاقتصادية الصعبة، كما أن العالم حالياً يقوم على أساس الاعتماد المتبادل بين جميع أطرافه، ولا يتحمل استئثار قوة واحدة بزمام الأمور بصورة مطلقة، كما أن المخاطر

التي تواجه الإنسان على ظهر كوكب الأرض تستلزم التعاون و التنسيق بين كافة الأطراف الفاعلة في النظام الدولي^١.

من ناحية أخرى، ستسعى الولايات المتحدة إلى الاحتفاظ بموقعها المتميز في نطاق النظام الدولي الجديد إلى أقصى وقت ممكن، وبالطبع فإن الأداة التي ستحاول استخدامها لتحقيق هذا الهدف لن تكون أداة العنف، وخاصة تجاه حلفائها، وإنما أداة التعامل الاتصالي.

إن هذا يعني اتساع نطاق التعامل الاتصالي بين جميع الأطراف الدولية، ويترتب على ذلك بروز الأداة الإعلامية بوصفها إحدى الأدوات الهامة في مجال السياسة الخارجية. ومن الأهمية بمكان أن يشير الباحث إلى أن استخدام الأداة الإعلامية في هذه المرحلة يختلف عن استخدامها في مرحلة الحرب الباردة، إذ إنه يأتي في نطاق حالة لا تتسم بالصراع الحاد، كما كان الحال في مرحلة الحرب الباردة، كما أنه يتم في ظل حدوث تغيرات جذرية في شؤون السياسة الخارجية، وفي ظل هذه الأوضاع لا بد من إيجاد أساليب جديدة لاستخدام الأداة الإعلامية كأداة من أدوات السياسة الخارجية، بحيث تتلاءم والأوضاع الجديدة التي يعيشها العالم حالياً.

أولاً: توظيف الإعلام الموجه إلى الداخل لخدمة أهداف السياسة الخارجية

لعب الإعلام الأمريكي دوراً هاماً في رسم صورة ذهنية معينة لدى المواطن الأمريكي بالنسبة للرئيس السوفييتي الأسبق "ميخائيل غورباتشوف" في فترة رئاسته، إذ قدّمه في صورة جذابة جعلته محل إعجاب وتعاطف المواطن الأمريكي، لدرجة أن اسم "غوري" كان يتردد في جميع أنحاء الولايات المتحدة عند زيارته لها في حزيران ١٩٩٠.

وإذا ما تمّ تحليل التكتيك الإعلامي الذي استخدمه الإعلام الأمريكي في حملته الخاصة بتجميل صورة "ميخائيل غورباتشوف" يمكن القول إن أسلوب التدرج قد

^١ . حامد عبد الله ربيع، مقدمة في نظرية الرأي العام، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٧، ص ٤٢.

استخدم فيها للوصول إلى النتائج المطلوبة، وفي هذا الإطار يحدد حامد ربيع مراحل هذه الحملة على النحو التالي^١:

أ. مرحلة إثارة الانتباه: وقد بدأت قبل زيارة "ميخائيل غورباتشوف" بحوالي أسبوعين، وكان مضمون المادة الإعلامية يدور حول المشكلات التي تواجهها بلاده وفشل البريسترويكا التي ينتهجها لمحاولة إعادة بناء بلاده.

ب. مرحلة صناعة البطل، بدأت قبل زيارته بيوم واحد، حيث نشرت مجلة تايم الأمريكية حديثاً "لميخائيل غورباتشوف" أشار فيه إلى أنه يسعى إلى الانتقال من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الحر، وإلى نظام يخضع فيه الجميع لحكم القانون، وذكر أن المهام التي يقوم بها صعبة، وأن البعض يحاول إثارة المتاعب أمامه، ولكن لا عودة إلى الوراء.

ج. مرحلة ترسيخ الصورة المطلوب إظهارها "لميخائيل غورباتشوف" لدى المواطن الأمريكي، حيث كانت تتطلع إليه الأنظار عبر شاشات التلفزيون، وتحاول أن تتأمل تأثير المشكلات التي تواجهها بلاده على شخصيته ومظهره العام، والكلمات الأولى التي تبادلها مع "جيمس بيكر" وزير الخارجية الأمريكي آنذاك.

إن تحليل هذا النموذج، يوضح كيفية استخدام التدرج في تقديم الرسالة الإعلامية من أجل الانتقال بالمتلقي من مرحلة إلى أخرى للوصول إلى الهدف المطلوب. ويلاحظ أن الرسالة الإعلامية كانت تخاطب المواطن الأمريكي باللغة التي يفهمها، وهي لغة البطل الذي يواجه العقبات ويصمد أمامها ويحاول أن يتخطاها، تاركاً الإجابة عن السؤال المطروح: هل نساند غورباتشوف أم لا نسانده للمنطلق الذاتي للمتلقي، بعد أن أعطاه كل المعلومات الإيجابية اللازمة لاتخاذ موقف مطلوب وهو الدعوة إلى المساندة.

وهذا النموذج، يوضح كيفية توظيف الإعلام لخلق رأي عام مساند للعلاقات بين دولة وأخرى، كما أنه يوضح كيفية توظيف الإعلام في التأثير على طرف دولي آخر، من خلال إبراز حجم المساندة التي يلقاها رمز من رموز هذا الطرف من جانب

^١ حامد عبد الله ربيع، المرجع السابق، ص ٤٥.

الطرف الآخر، الأمر الذي يساعد على تقوية موقع هذا الرمز وسياساته في مواجهة الأطراف الداخلية الأخرى.

فهدف السياسة الأمريكية كان مزدوجاً في هذه الحملة، وهو إقناع المواطن الأمريكي بالسياسة الأمريكية الجديدة تجاه الاتحاد السوفييتي في ذلك الوقت، وإظهار مدى التأييد الأمريكي لسياسة "ميخائيل غورباتشوف" الأمر الذي يساعد على تقوية مركزه في الداخل.

ثانياً: الإعلام كأداة للضغط على طرف آخر من أجل تغيير سياساته

ويتمثل هذا النموذج في الحملة الإعلامية الغربية على العراق في مطلع عام ١٩٩٠، والتي بدأت عقب تنفيذ القضاء العراقي حكم الإعدام بحق صحفي بريطاني لقيامه بالتجسس لصالح إيران. وعلى الرغم من محاكمة هذا الجاسوس محاكمة قانونية، وحضور السفير البريطاني في العراق للتحقيق وجلسات المحاكمة، إلا أن بريطانيا بدأت حملة إعلامية لتشويه صورة العراق وإظهار وحشية النظام العراقي، شاركت فيها وسائل الإعلام الغربية، وثيقة الصلة بالإعلام الصهيوني^١.

وقد ظهرت أهداف هذه الحملة فيما بعد، والتي تمثلت في محاولة إرهاب العراق من أجل التراجع عن سياسته الخاصة بتطوير الجيش العراقي المسلحة فوق التقليدية، الأمر الذي تراه الولايات المتحدة و"إسرائيل" إخلالاً بالتوازن في الشرق الأوسط، وتهديداً لأمن "إسرائيل".

وقد بادر الرئيس العراقي السابق صدام حسين إلى استخدام الإعلام في إعلان أن أية محاولة من جانب "إسرائيل" لضرب العراق ستكون ذات عواقب وخيمة، وألقى خطاباً قال فيه : "والله سنشعل ناراً تأكل نصف "إسرائيل" إذا حاولت ضرب العراق"، وتناقلت وكالات الأنباء هذا الخطاب، مركزه على التحذير العراقي "لإسرائيل"، وتتابع بعد ذلك وقائع الحملة الإعلامية على العراق، فكشفت مجلة نيوزويك الأمريكية في عددها الصادر في ١٤ نيسان ١٩٩٠ عن أن "إسرائيل" تطور صاروخاً من نوع أرض

^١ . سعد حقي توفيق، ماذا وراء الحملة الإعلامية على العراق، بغداد، آفاق عربية، أيار ١٩٩٠، ص ٢٤.

. أرض، يمكنه أن يصل إلى أهداف تبعد ستة آلاف كيلو متر، وإن "إسرائيل" تملك ما يزيد عن مائة قنبلة نووية وعشرات الرؤوس الحربية النووية^١.

وقدمت محطة تلفزيون NBC الأمريكية تقريراً يتعلق بالأسلحة البيولوجية والقدرات العراقية في مجال الأسلحة الجرثومية، وتساعدت الحملة من خلال ما أذاعته وكالات الأنباء عن مصادرة بعض الشحنات المصدرة من الدول الأوروبية إلى العراق، بدعوى أنها تضم مواداً تدخل في صناعة الصواريخ العملاقة.

وكان رد فعل الرئيس العراقي أكثر إثارة لازدياد هذه الحملة، إذ أعلن في حديث مع أعضاء الكونغرس الأمريكي أنه إذا استخدمت "إسرائيل" القنابل الذرية فسنضربها بالكيماوي المزدوج^٢.

ومن خلال هذا العرض الموجز للحملة الغربية على العراق في مطلع عام ١٩٩٠، يمكن القول إن هذا النموذج يوضح كيفية استخدام الإعلام في الضغط على طرف آخر من أجل تغيير سياساته، تغييراً يتفق ومصالح الطرف المستخدم للدعاية الإعلامية كما يوضح كيف يمكن تضخيم حدث معين، واتخاذ نقطة بداية لإثارة موضوعات أخرى قد لا تكون مباشرة بهذا الحدث.

ثالثاً: الإعلام كأداة من أدوات إدارة الأزمات

إن استخدام الإعلام كأداة من أدوات إدارة الأزمات يقدم نموذجاً واضحاً لكيفية توظيف الإعلام لخدمة أهداف السياسة الخارجية، وتقدم أزمة الخليج الثانية والتي بدأت بالغزو العراقي للكويت نموذجاً جديداً في هذا المجال، خاصة وإنها أول أزمة دولية تواجه المجتمع الدولي بعد انتهاء الحرب الباردة.

ويمكن من خلال العرض التحليلي والمقارنة بين أداء الإعلام الأمريكي ودوره في هذه الأزمة وأداء الإعلام العراقي في حدود المعلومات المتاحة، تحديد جوانب القوة والضعف في استخدام الإعلام كأداة من أدوات الأزمات الدولية في الواقع المعاصر^٣.

^١ . ممدوح حامد عطية، الأمن القومي العربي وردع العدوان الإسرائيلي، القاهرة، المنار، العدد ٥ أيار ١٩٩٠، ص ٣٠.

^٢ . نص حديث الرئيس العراقي السابق صدام حسين إلى أعضاء الكونغرس، الأهرام ١٩٩٠/٤/٢٤.

^٣ . حسن طولبة، في الإعلام والدعاية والحرب النفسية، إربد، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٦، ص ١٦٥.

بدأ الدور الإعلامي في إدارة هذه الأزمة منذ اللحظات الأولى، إذ كثف الإعلام الأمريكي أدواته لتغطية الوقائع التي تحدث على مسرح الخليج، وذلك لتهيئة الرأي العام الغربي والأمريكي والرأي العام العالمي، لتقبل أية إجراءات قد تتخذها الولايات المتحدة وحلفائها لمواجهة الموقف الجديد الناتج عن الاحتلال العراقي للكويت.

لقد سعت الإدارة الأمريكية إلى خلق موقف دولي مؤيد لوجهة نظرها بصدد أحداث الخليج، واستطاعت بالفعل من خلال الأداة الدبلوماسية والإعلامية أن تحقق درجة عالية من درجات الإجماع الدولي التي لم يسبق لها مثيل لإدانة الغزو العراقي للكويت، والدعوة إلى إنهاء احتلال الكويت وعودة حكومتها الشرعية، وتمّ توظيف الإعلام بوصفه أحد أدوات السياسة الخارجية الأمريكية في المرحلة الأولى من الأزمة لإقناع الرأي العام الأمريكي بضرورة اتخاذ موقف قد يصل إلى حد التدخل العسكري في الخليج لإنهاء هذه الأزمة، خاصة وأن الأمريكيين لهم حساسية خاصة تجاه التدخل العسكري منذ تجربة حرب فيتنام وخلق موقف دولي يتسم بالإجماع على ضرورة إنهاء هذه الأزمة، وإجبار العراق على الانسحاب حتى لو تطلب ذلك التدخل العسكري المباشر، وإزالة أي تردد من جانب القوى الدولية الأخرى تجاه الأسلوب الأمريكي في إدارة الأزمة بالإضافة إلى عدم الظهور بمظهر من يدير الأزمة بمفرده وخلق رأي عام عالمي مؤيد للسياسة الأمريكية تجاه الأزمة.

وفي مرحلة تالية، وهي المرحلة التي شهدت إصدار مجموعة من قرارات مجلس الأمن التي تدين العراق وتفرض عليه العقوبات، بالإضافة إلى نقل القوات الأمريكية والمتحالفة معها إلى المنطقة، بدأ توظيف الإعلام الأمريكي لخدمة مجموعة جديدة من أهداف السياسة الأمريكية مثل إظهار حجم الخسائر العراقية نتيجة لفرض العقوبات الاقتصادية عليه، والتأكيد على أن مهمة القوات الأمريكية في المنطقة ستكون مهمة مؤقتة تنتهي بانتهاء الاحتلال العراقي الكوي، ناهيك عن إظهار أن وجود هذه القوات قد جاء بناء على طلب الحكومات العربية الصديقة للولايات المتحدة، وإبراز حجم هذه القوات وطبيعتها أسلحتها وقدرتها التدميرية الهائلة لإرهاب العراق وإقناعه بأن تكلفة استمرار احتلاله للكويت ستكون مرتفعة للغاية، بالإضافة إلى دعوة الدول الحليفة

بتحمل مسؤولياتها تجاه تمويل نفقات هذه القوات حتى لا يشعر دافع الضرائب الأمريكي بأن يتحمل وحده نفقات التدخل العسكري في الخليج.

وبلاحظ في هذه المرحلة، اتجاه الإعلام الأمريكي إلى مخاطبة الشعب العراقي، لخلق رأي عام مضاد لسياسة الرئيس العراقي الأسبق "صدام حسين" وذلك من خلال إبراز حجم الخسائر التي ستلحق بالعراق في حالة نشوب حرب بالمنطقة، وكان الهدف الأساسي من هذا التوجه، ضرب الروح المعنوية للعراق وخلخلة الإجماع الذي يحدث عادة بين الشعب وقيادته في فترة الحرب، مهما كانت درجات الاختلاف مع هذه القيادة.

وتمثلت المرحلة اللاحقة، فيما يعرف بالخداع الاستراتيجي إذ كانت تتدفق القوات والأسلحة إلى المنطقة وكان الهدف إبعاد تفكير القيادة العراقية عن اتخاذ أي عمل يعرقل وصول هذه القوات إلى مسرح العمليات وذلك من خلال التركيز على قضية بعيدة كل البعد مما يحدث على أرض الواقع، وهنا يبرز الإعلام الأمريكي أزمة الرهائن الأجانب، وإبراز وحشية النظام العراقي وانتهاكه لحقوق الإنسان وعدم احترامه للقوانين والمواثيق الدولية بصدده معاملة الأجانب¹.

وشهدت المرحلة التي تبعتها، صدور قرار مجلس الأمن باستخدام القوة العسكرية لإرغام العراق على الانسحاب من الكويت، هذه المرحلة شهدت تغييراً هاماً من الناحية التقنية لاستخدام الإعلام في إدارة هذه الأزمة، فقد اتجه الإعلام الأمريكي إلى تهيئة الرأي العام الأمريكي لقبول أي احتمال من احتمالات تطور الأزمة، أي أنه اتجه إلى تهيئة الرأي العام تهيئة متعددة الأهداف، وهي أصعب أنواع المهام، وتتطلب توافر مهارة عالية من حيث صياغة الرسالة الإعلامية وتوقيت إطلاقها، ودقة في تتابع إطلاق الرسائل الإعلامية وتوقيت إطلاقها، ودقة في تتابع إطلاق الرسائل الإعلامية التي يجب أن تخدم الأهداف التي قد تكون متناقضة، بحيث تظهر في صورتها

¹ حسن طولبة، في الإعلام والدعاية والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ١٦٦.

النهائية في إطار بناء منطقي متسلسل وسليم يحقق الهدف المطلوب، من حيث بناء وتكوين الصورة الذهنية المراد تشكيلها في ذهن المتلقي.

لقد عملت الإدارة الإعلامية الأمريكية خلال هذه المرحلة على مستويات متعددة، ولكن بشكل تكاملي يحمل في طياته التنسيق والتناغم البالغ الدقة، ويمكن تحديد هذه المستويات على النحو التالي:¹

المستوى الأول: هو التهيئة لحل سلمي للأزمة مع عدم إغفال إمكانية اللجوء إلى الخيار العسكري، وهذه الرسالة موجهة إلى الرأي العام الأمريكي حيث أن هناك قطاعات كبيرة لا ترغب في استخدام القوة العسكرية وموجهة إلى العراق لخلق حالة من الارتباك داخل القيادة السياسية العراقية من حيث تحديد حقيقة التصرف الأمريكي المحتمل.

وقد قام الإعلام الأمريكي بإظهار حجم المعارضة لدى الشعب الأمريكي، ونشر وإذاعة أخبار المظاهرات التي خرجت تعلن رفضها للتدخل الأمريكي في الخليج. كما تضمنت الرسائل الإعلامية الأمريكية بعض البرقيات التي كان يبعث بها الجنود الأمريكيون في الخليج إلى ذويهم في الولايات المتحدة، كما كان الإعلام الأمريكي يقوم بنشر استقصاءات الرأي العام بصدد هذا التدخل وبصدد أسلوب إدارة الرئيس الأمريكي الأسبق "جورج بوش الأب" للأزمة وإظهار أن درجة التأييد للموقف الأمريكي آخذة من الانخفاض، وصاحب هذا كله تعليقات الخبراء السياسيين والعسكريين حول إمكانات تطور الأوضاع في الخليج مع تقديم العديد من السيناريوهات المحتملة سواء للحلول السلمية أو للحل العسكري، وفي الوقت ذاته اتجه الإعلام الأمريكي إلى تضخيم حجم القوة العسكرية العراقية، والمبالغة في قدراتها لإيضاح حجم التهديدات التي ستواجه دول المنطقة، والغرب بصفة عامة من استمرار هذه القوة الضخمة في هذه المنطقة الحساسة بالنسبة للعامل.

¹ . حسن طوالة، المرجع السابق، ص ١٧٧.

والملاحظ عند هذا المستوى، هو ازدواجية المتلقي المستهدف، فإذا كان المواطن الأمريكي هو المستهدف أولاً، فإن المواطن العربي هو المستهدف أولاً وأخيراً، فكل أو معظم هذه المواد الإعلامية يتم نقلها عبر وكالات الأنباء العالمية وعبر شبكات الأقمار الصناعية إلى المواطن العربي بغرض تحسين الصورة الأمريكية في ذهنه، وإيضاح أن الولايات المتحدة لا ترغب في استخدام الخيار العسكري إلا في حالة الضرورة وبعد استنفاد البدائل الممكنة كافة.

المستوى الثاني: هو مخاطبة القيادة العراقية بلغة إعلامية تهدف إلى تغيير قناعاتها، وإلى تعريفها بارتفاع تكلفة سياستها واستمرار احتلالها للكويت، وقد قام الرئيس الأمريكي "جورج بوش الأب" بمبادرة هامة في هذا السياق عندما أعلن عن استعداد الولايات المتحدة للتفاوض مع العراق، وقد تم استخدام الأداة الإعلامية في إطلاق هذه المبادرة، وإذاعة ردود الأفعال الدولية تجاهها، وبدأ المحللون في طرح سيناريوهات عديدة لتسوية الأزمة.

إن الولايات المتحدة لجأت في هذه المرحلة إلى استخدام أداة العصا والجزرة تجاه العراق، العصا كعنصر للإكراه ممثلة في قرار مجلس الأمن باستخدام القوة العسكرية لإجبار العراق على الخروج من الكويت والجزرة ممثلة في مبادرة الرئيس "جورج بوش الأب" الأخيرة بإجراء مفاوضات مع العراق، وفي كلتا الحالتين كان الإعلام هو الأداة الرئيسية المستخدمة.

المستوى الثالث: وهو التهيئة لاستخدام الخيار العسكري، ذلك من خلال إيضاح تعنت النظام العراقي، على أنه يرفض كل المبادرات السلمية لحل الأزمة، ومن ثم لا يبقى إلا استخدام القوة العسكرية بوصفها الأداة الوحيدة لإجبار العراق على إنهاء احتلاله للكويت.

وهذا يشير إلى أن مستويات متعددة لتوظيف الأداة الإعلامية لخدمة أهداف السياسة الأمريكية تتم في وقت واحد، وبتنسيق وتناغم محكم، واستناداً إلى بناء فكري

منطقي متكامل، وبسرعة فائقة، إنه أمر يوضح أهمية الإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية في الحقبة المعاصرة ويعكس كذلك كفاءة ودقة الإعلام الأمريكي.

وشهدت المرحلة الأخيرة استخدام القوة العسكرية ضد العراق، ففي هذه المرحلة سنجد أن الإدارة الأمريكية قد لجأت إلى محاولة التحكم في المعلومات التي يمكن أن تكون متاحة لوسائل الإعلام، فاتجهت نحو إبراز بعض المعلومات، والتعتميم على معلومات أخرى، كما شنت حرباً نفسية شديدة على الجانب العراقي، من أجل إفقاد المقاتل العراقي الثقة بنفسه، هذا بالإضافة إلى استمرارها في إظهار الصورة السيئة للرئيس العراقي، والتصرفات غير الإنسانية للعراقيين في الكويت. لقد نجحت وسائل الإعلام الأمريكية في تحقيق أهدافها بكفاءة عالية في خدمة السياسة الأمريكية تجاه الأزمة، فلقد هزم المقاتل العراقي المعروف بشراسته من دون أن يقاتل كما تقبل الرأي العام الأمريكي والعالمي، ما لحق من أضرار غير إنسانية بالعراق، تتعدى حدود تحرير الكويت من دون أي اعتراض مؤثر، من خلال المنطق الذي استطاع الأمريكي أن يجعل المتلقي للمواد الإعلامية يصل إليه، ويتلخص في أن هذه الأضرار هي نتاج التصرفات والسياسات الخاطئة للقيادة العراقية الخاطئة، وأن هذه الأضرار من شأنها أن تؤدي إلى إضعاف نظام الرئيس صدام حسين الشمولي.

وخلاصة القول، فإن الخبرة المعاصرة أكدت ازدياد أهمية وسائل الإعلام في السياسة الخارجية، إذ أنها لعبت دوراً كبيراً في حقبة الحرب الباردة وبعد انتهائها وقد استخدمت كأحد أهم أدوات الصراع بين القوتين الأعظم بالإضافة إلى دورها في نقل تجارب الدول المتقدمة إلى الدول النامية، ويجد الباحث أنه من أجل استخدام وسائل الإعلام لتحقيق مهام عديدة، فإن هذا يتطلب التفريق بين المواقف التي تتطلبها المفاجأة والأخرى التي تقتضي التدرج، واتخاذ القرار الإعلامي المناسب وبالسرعة المطلوبة. ويجد الباحث أن توازن الرعب النووي أوجد مجالاً واسعاً لاستخدام وسائل الإعلام في توسيع مناطق النفوذ والسيطرة في أنحاء مختلفة من العالم، وخلق حالة من التبعية بين الدول المتقدمة والنامية وفي الاستحواذ على المعلومات. كما يجد الباحث

أن استخدام الحملات الإعلامية المخططة بدقة والموزعة الأدوار تؤدي إلى نتائج كبيرة
تخدم أهداف السياسة الخارجية للدولة التي تقوم بهذه الحملات.

المبحث الثاني: الإعلام ودوره في العلاقات الدولية

لقد استخدم مصطلح "العلاقات الدولية" لأول مرة من قبل الفيلسوف البريطاني "جيرمي بنتام" في الثمانينات من القرن الثامن عشر، ثم استخدم هذا المصطلح من قبل دارسي العلاقات الدولية في الإطار القانوني فقط، إذ كان رجال القانون يسعون إلى تحديد مضمون القواعد الواجبة التطبيق بين الفاعلين في المسرح الدولي، والعمل على ترجمتها إلى الواقع والتحقيق من تطبيقها.

ثم استخدم بعد ذلك، بوصفه حاجة حقيقية لتعريف العلاقات الرسمية بين الملوك، وربما يعد مصطلح العلاقات الدولية أكثر دقة في هذا المجال.

وقد حددت موضوعات العلاقات الدولية عندما اجتمعت نخبة من علماء السياسة في دار اليونسكو في باريس، أيلول عام ١٩٤٨ بما يأتي^١:

١ . السياسية الدولية.

٢ . التنظيمات الدولية.

٣ . القانون الدولي.

فالسياسة الدولية: تعني العلاقات السائدة في المجتمع الدولي، التي تتعلق بالتفاعل والتداخل بين دولتين أو أكثر، كما أنها تعبر عن الأفعال وردود هذه الأفعال والتداخلات بين الوحدات المعروفة باسم الدول القومية.

أما التنظيمات الإدارية الدولية: فهي الكيانات التي نشأت بعد الحربين العالميتين في القرن العشرين، وفي طليعتها (عصبة الأمم والأمم المتحدة)، وفي أساس نشأتها الحفاظ على الأمن والسلم الدوليين.

أما القانون الدولي، فهو مجمل القواعد القانونية التي تحكم العلاقات بين الدول، والنتيجة عن الأعراف والمعاهدات الدولية، هذا ويبحث القانون الدولي في الروابط القانونية، بينما تبحث السياسة الدولية في الظواهر السياسية القائمة في المجتمع الدولي.

^١ مارسيل ميرل، سوسولوجيا العلاقات الدولية، ترجمة حسن نافعة، القاهرة، دار المستقبل العربي، ١٩٨٦، ص ٣٩.

وقد ساعدت عوامل كثيرة على الاهتمام بالعلاقات السياسية الدولية وردود الفعل التي تتركها على أوضاع المجتمع الدولي، منها¹:

أولاً: الزيادة الهائلة والمستمرة في حجم الاتصال بين الدول وعلى المستويات كافة نتيجة للثورة التكنولوجية في وسائل الاتصال الدولي وأساليبه، وهي الثورة التي أزلت كل العوائق التي كانت تعترض طريقة الاتصال في الماضي، سواء بسبب التباعد الجغرافي، أو بسبب الموانع الطبيعية، أو الفواصل القومية. وهذا الاتصال بمختلف نماذجه وأشكاله الجديدة يطبع البيئة الدولية بصبغة ديناميكية خاصة، تتعكس في سرعة ردود الفعل التي تنتج عن أحداث السياسة الدولية في أي مكان من العالم.

ثانياً: نتيجة لهذا الاتصال، نتج التعدد والتشابك والتداخل بين المصالح القومية للدول، وزاد اعتمادها على بعضها في مجال حماية أمنها القومي، أو دعم كياناتها الاقتصادية، أو الدفاع عن معتقداتها السياسية والإيديولوجية. هذا فضلاً عن التعاون في المجالات الفنية والعلمية والثقافية، وهذا يبين كيف أن حجم التعامل الدولي قد أصبح أضخم بكثير مما كان عليه في الماضي.

ثالثاً: انطلاقاً من هذه الحقيقة الأساسية وترتيباً عليها لم تعد هناك دولة تستطيع أن تعزل نفسها عن الأحداث والتفاعلات السياسية الدولية التي تتجاوز حدودها القومية، لأن هذه الأحداث قد تمس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مصالحها القومية أو أمنها القومي أو مركزها أو نظامها الاقتصادي والاجتماعي أو أيديولوجيتها أو ثقافتها.

المطلب الأول: النظام الإعلامي الدولي

يعدّ النظام الإعلامي الدولي أحد فروع النظام الدولي، وهو بالتالي يحمل سمات هذا النظام، ومن مكونات وأدوات التفاعل فيه، مثله في ذلك مثل النظام السياسي الدولي والنظام الاقتصادي الدولي، والنظام القانوني الدولي.

ويتداخل النظام الإعلامي الدولي ويتفاعل مع كل النظم الفرعية في النظام الدولي، باعتباره الناقل النظامي والمعالج للمعلومات التي تمثل مدخلات ومخرجات

¹. حسن صعب، علم السياسة، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٧٢، ص ١٣٢.

هذه النظم، والنظام الدولي ذاته. وعلى هذا، فإن تطور الإعلام الدولي يعبر عن تطور النظام الدولي ذاته وعن طرق وأشكال التفاعل فيه^١.

ويضم النظام الإعلامي الدولي، كل الدول ذات السيادة، بغض النظر عن مشاركتها أو عدم مشاركتها في بناء النظام الدولي وتطويره وإدارته.

وتعد مشاركة الدولة وفعاليتها في الاندماج في النظام الإعلامي الدولي مؤشراً على اتجاهها الإيجابي للمشاركة في عملية الاندماج الدولي، علاوة على أنه يعطي مؤشراً على توظيفها له لخدمة مصالحها الوطنية، وفي عمليات تشكيل وتطوير أدوات الربط بين الدول، وتحديد خصائصها، والظروف التي تسهم بها هذه النظم في حل المشكلات وإقرار السلام، كما تدرس تدفق الرسائل الاتصالية وشبكات الاتصال التي تتم من خلالها.

ولكي تحتفظ القوى الكبرى بقوتها على المستوى الدولي فإنها تخصص جزءاً كبيراً من عوائدها المالية لدعم قدراتها الثقافية والإعلامية إلى جانب قدراتها العسكرية. فما تستثمره هذه الدول في دعم قدرتها الثقافية والإعلامية يعد مورداً لتنمية الصورة الإدراكية التي ترسم عنها عبر شبكات الاتصال، التي تضيف على هذه الصورة مكون سلوك واقعي وحقيقي. وعلى الرغم من أن مستوى المكون الثقافي والإعلامي يعد أساساً لمزيد من التطورات التكاملية والاندماجية في النظام الدولي، إلا أنه لا يعمل بحد ذاته كقوة لتحويل دولة ما عن الاتجاه العسكري، ولكن إذا كانت الدول الكبرى لا تحتاج إلى أن تختار بين تنمية مواردها الثقافية والإعلامية، وبين تطوير مواردها العسكرية، فإن الدول متوسطة الدخل والدول الفقيرة يتعين عليها أن تختار كم ستنفق على تنمية مواردها الثقافية والاتصالية، وكم ستنفق على تنمية مواردها العسكرية، وذلك في ضوء محدودية مواردها الاقتصادية.

وفي الاتجاه ذاته، درس " ألبرت ل هستر " المحددات التي تحكم حجم واتجاه ومضمون تدفق المعلومات بين الدول وخلص إلى أنها تكمن في عاملين، أولهما: خاص بهوية الدولة ذاتها (مكانتها في سلم القوة، والتي يحددها حجمها الجغرافي، وعدد

^١ . اسماعيل صبري مقلد، العلاقات السياسية الدولية، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ١٩٩١، ص ١١.

سكانها، ودرجة نموها الاقتصادي، وعمرها كدولة ذات سيادة)، وثانيهما: علاقات الدولة الاندماجية في المجتمع، وحجم علاقاتها الاقتصادية والروابط الثقافية التي تربطها بالدول الأخرى^١.

ولا تقف العلاقة بين الاستثمار في المجال العسكري والاستثمار في تطوير وسائل الإعلام عند هذا الحد، ولكن يمكن أن تعبر هذه العلاقة عن السلوك المتوقع لقادة النظم الوطنية في أي صراع قائم أو صراع محتمل، فاستمرار الاستثمار المكثف في الجانب العسكري قد يؤدي إلى استمرار الصراع وتصعيده^٢. وعلى هذا، يمكن القول إن الإنفاق العسكري الذي تقوم به دولة ما، والاستثمار الذي تقوم به لإنشاء وتطوير نظم الاتصال، يعدان عنصرين مكملين لبعضهما لتحقيق الأمن القومي للدولة ومصالحها الاستراتيجية.

أولاً: الإعلام ودوره كلاعب جديد في الشؤون الدولية:

تشكل وسائل الإعلام قوة مؤثرة في الشؤون الإقليمية والدولية، فعالم القنوات التلفزيونية الفضائية مستمر في التوسع، وحتى وهو كذلك، فإنه آخذ في التضاؤل أمام النمو المتسارع لمزودي الأخبار من مستخدمي الانترنت، الذين يعتمدون على المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية. ولا شك في أن ذلك يعزز من استقلالية الأفراد، وقد أصبحوا يجمعون المعلومات بأنفسهم ويغيروا من طبيعة العلاقات بين الحكومات وشعوبها.

وقد تضاءلت قدرة الحكومات أن تملي على الناس ماذا يعرفون وكيف يفكرون بفعل وسائل الإعلام، وكلما تضاعف عدد مستخدمي تلك الوسائل، كلما أصبح تأثيرها باعتبارها قوة تغيير اجتماعي أكثر دلالة.

^١ ألبرت ل هستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢، ص ٨٢.

^٢ راسم محمد الجمال، "دراسات في الإعلام الدولي: مشكلة الاحتلال الإخباري"، جدة، دار الشروق، ١٩٨٥، ص ٢١.

وما إن تصبح المؤسسات التي تسيطر على السلطة على الصعيدين الوطني والدولي ملتزمة بالاعتراف بحقوق الأفراد وتحقيق انفتاح سياسي واجتماعي، فحتى أعرق المؤسسات الإعلامية سيكون تأثيرها محدوداً^١.

إن معركة كسب العقول والقلوب لا تخاض بالقوة العسكرية فحسب، وإنما في نشرات الأخبار والبرامج التلفزيونية الحوارية. وفي الحقيقة، تمّ تجاوز الأساليب التقليدية لصنع السياسة الدولية بفعل تأثير الإعلام الجديد. البث الفضائي، الأنترنت، فما يحصل اليوم ليس تطويراً لممارسات قائمة فحسب، وإنما نحن بصدد إعادة ربط شامل للقرية العالمية.

إذ إنه كلما تمّ تأمل نشرات الأخبار، يمكن إدراك أن تحت سطح الأحداث يكمن واقع افتراضي يمنح السياق العام لهذه الأحداث، وإن فهم ذلك ضروري، لأن التغيير السلمي والهجمات الإرهابية تشترك في ذات المساحة الافتراضية.

إن العديد من الحكومات ترفض عولمة وسائل الإعلام بحجة كونها مزوداً غير موضوعي للمعلومات، وهي بالتالي لا تحظى إلا بنفوذ محدود لدى جماهيرها، وأن استخدام المعايير الغربية بشأن الموضوعية للحكم على مدى فاعلية هذه المؤسسات الإعلامية يجانب الصواب، ولا يساعد على فهم الأسباب الكافية وراء تأثيرها القوي، وأن المسألة تكمن في عدم مصداقيتها^٢.

لقد بدأت المصادر الجديدة للمعلومات والتي تتمتع بشعبية واسعة، بخلق تحديات لأولئك الذين في سدة الحكم. ففي الماضي، كانت الحكومات قادرة على التحكم بتدفق القدر الأكبر من المعلومات، وهو ما يمكنها من التضييق على مجريات التغيير السياسي. أما حالياً فقد تغير الوضع، فبإمكان الحكومات أن تزج ببعض المدونين في السجن، وأن تمنع بعض المحطات الفضائية من البث، ولكن سيل المعلومات وما ينتج ذلك من حرية فكرية لم يعد بالإمكان وقفه.

^١ فيليب سيب، تأثير الجزيرة: كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية، ترجمة: عز الدين عبد المولى، بيروت، الدار

العربية للعلوم، ٢٠١١، ص ٩.

^٢ المرجع السابق، ص ١٠.

والى جانب التحديات التي تواجهها الحكومات، ثمة قضايا أكبر، مثل تلك المتعلقة بأفاق «صدام الحضارات» التي تلقي بظلالها على العالم، كما أن الجدل الذي دار حول الرسوم الدنماركية المسيئة للنبي محمد(ص) عام ٢٠٠٦، والذي انتشر أول الأمر عبر الأنترنت، يجسد صراعاً لا مناص منه بين العالم الإسلامي والغرب، غير أن العلاقة بينهما أكثر تعقيداً من ذلك، وهي تتأثر بما تتناقله وسائل الإعلام^١.
لقد غير الإعلام الجديد أيضاً من نمط العلاقة بين الجمهور ومزودي الأخبار، فقد كان مستهلكو الأخبار في الماضي يستقبلون بشكل سلبي ما تمدهم به وسائل الإعلام في الوقت الذي تختار ذلك.

أما حين أنشأ "تيد تورنر" شبكة سي إن إن الإخبارية في العالم ١٩٨٠، فقد أعطى لجمهوره الخيار في أن يستقبل الأخبار متى شاء، وقد أحدث المحتوى الإخباري المنقول عبر شبكة الأنترنت نقلة نوعية أتاحت للمتصفح عدداً غير محدود من المنتجات الإخبارية المعروضة على الدوام. إذ أن الأنترنت يسمح لعدد أكبر من الناس أن يصبحوا جزءاً من «ثقافة المعلومات»^٢.

وبناء على ذلك، لم يعد الإعلام إعلاماً فحسب، وإنما أصبحت لديه قاعدة جماهيرية أوسع من أي وقت مضى، ونتيجة لذلك، أصبح يمارس تأثيراً غير مسبوق في السياسة الدولية، حيث يمكن للإعلام أن يكون أداة للصراع أو أداة للسلام، وبإمكانه أن ينزع عن الحدود التقليدية قيمتها.

ثانياً: الإعلام كأداة من أدوات التفاعل والصراع الدولي

تعدّ محاولات إصلاح النظام الإعلامي الدولي أحد المعالم البارزة في النظام الدولي إبّان حقبة الحرب الباردة، ولا يمكن دراسة تطور النظام الإعلامي الدولي والنظام الدولي ذاته من دون الوقوف أمام هذه المحاولات واستيعاب مغزاها والمتغيرات والصراعات التي شكلتها وأثرت فيها، والتي أثبتت لنا أن النظام الإعلامي الدولي مبني

^١ فيليب سيب، المرجع السابق، ص ١١.

^٢ المرجع السابق، ص ١١.

بشكل يخدم المصالح الاستراتيجية للدول الكبرى، ويستحيل تعديله بما يحقق العدالة والمساواة بين الجميع، وأن الدول الكبرى قادرة على احتواء أية محاولات لتعديله.

لقد بدأت محاولات إصلاح النظام والإعلامي الدولي على يد حركة عدم الانحياز طوال عقد السبعينيات من القرن العشرين وامتدت على مسارين: أحدهما يسعى إلى استصدار إعلان عالمي يحدد مسؤوليات ووظائف وسائل الإعلام عبر العالم تجاه القضايا الدولية، وتجاه قضايا السلم والتفاهم الدولي؛ بينما يسعى المسار الثاني إلى محاولة تعديل النظام الإعلامي الدولي بما يخدم احتياجات الشعوب المختلفة بشكل عادل. وفي كلتا الحالتين، استطاع الغرب احتواء محاولات تعديل النظام الإعلامي الدولي، أو المساس بالهيمنة الغربية عليه. وليس معنى ذلك، أن المشكلات الحساسة التي أثرت على المسارين قد انتهت أو خفت حدتها، بل على العكس، ازدادت كثيراً وأصبحت تهدد بشكل كبير السيادة الوطنية والهوية الثقافية، وأشكال التنمية المختلفة في الدول النامية، التي تقف شبه عاجزة عن تنظيم حركتها لوقف عمليات الاختراق الإعلامي والقيمي الضاغط والمستمر لصالح مفاهيم العولمة¹.

فالتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإعلام أدت إلى إزالة الحدود الجغرافية والزمانية والرقابية بمعناها التقليدي، ما جعل من وسائل الإعلام صناعة ضخمة تتطلب إمكانات هائلة بشرية مادية وتقنية. وقد عكست التطورات الضخمة في النظام الإعلامي الدولي جميع التفاعلات والصراعات الدولية في إطارها المادي والمعنوي، وأصبحت السيطرة على توجهات الإعلام الدولي هدفاً رئيساً للقوى المسيطرة على النظام العالمي الحالي. كذلك اتجهت صناعة الإعلام إلى التركيز والدمج في كيانات ضخمة متعددة الجنسيات، سواء من خلال سلاسل الصحف أو شبكات الراديو والتلفزيون، ونظم التحالفات والاندماجات. لم يسبق لها مثيل. في جوانب الصناعات الإعلامية والإنتاج الفكري الإعلامي، وجميعها تسعى لإيجاد مكان لها في السوق الإعلامية العالمية.

¹ راسم محمد الجمال، نظام الاتصال والإعلام الدولي الضبط والسيطرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية ٢٠٠٩، ص ٨٦.

ويعدّ النظام الإعلامي الدولي مكوناً أساسياً واستراتيجياً في النظام الدولي، إذ تمثل السيطرة على إدارته وتوجيهه أحد الأهداف الاستراتيجية للقوى الكبرى، باعتبار السيطرة هي إحدى أدوات إدارة الصراع الدولي، وتحقيق الأهداف الاستراتيجية لهذه القوى، وعلى هذا تعكس تطورات النظام الإعلامي الدولي التفاعلات والصراعات الدولية في جوانبها المادية وغير المادية.

وفي الوقت ذاته، يعدّ النظام الإعلامي الدولي أحد المكونات الأساسية في النظام الاقتصادي الدولي باعتباره اقتصاداً مبنياً على المعرفة، والذي تشكل تكنولوجيات ومضامين الإعلام القوة المحركة والدافعة له.

وتتسم مكونات النظام الإعلامي الدولي بالاستمرارية والتفاعلية والقابلية للتكيف والتغير في حركتها وأسلوب إدارتها وفقاً لمصالح الدول الكبرى في النظام الدولي، ولا يمكن فهم واستيعاب المكونات الاتصالية والإعلامية في عصر العولمة، إلا إذا تم استيعاب وفهم تطور هذه المكونات وحركتها التي انتهت إلى شكلها الحالي، وكيف تم توظيفها لخدمة المصالح الاستراتيجية للقوى الكبرى.

ويعدّ الإعلام الدولي أحد فروع الدراسات الإعلامية السريعة التطور والشديدة التعقيد، لأنه يتداخل بمساحات واسعة في كثير من فروع المعرفة العلمية الأخرى، مثل العلوم السياسية والعلاقات الدولية والقانون الدولي والمنظمات الدولية والجغرافيا السياسية، وإدارة الصراع والاقتصاد الدولي والاستراتيجية والأنثروبولوجيا الثقافية والمعلوماتية والتكنولوجيا وغيرها، وينجم عن أي تطور في هذه المعارف الإنسانية تطور في الإعلام الدولي ذاته، وتعدّ في مجالاته البحثية والمعرفية، إذ يشتمل على قضايا الثقافة وتحويل الناتج الثقافي إلى سلع، وانتشار الأنباء والمعلومات التي تبثها امبراطوريات وسائل الإعلام عبر العالم، والتحديات التي تواجهها دول العالم الثالث نتيجة لهذه العمليات¹.

ويدرس الإعلام الدولي قضايا توزيع القوة في البيئة الدولية، وقضايا التكنولوجيا والرقابة، وحقوق الإنسان. وبالنسبة للتكنولوجيا ذاتها، يدرس الإعلام الدولي قضايا

¹ راسم محمد الجمال، المرجع السابق، ص ١٣.

البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، ودور الدولة القومية، وحرية الإعلام، ويدرس علاوة على ذلك دور المنظمات الدولية في قضايا الإعلام الدولي.

إلى ذلك ، حدد " فورتنر "، ست خصائص أو سمات للإعلام الدولي¹، وهي:

١. القصدية: قد يكون الإعلام الدولي مقصوداً أو غير مقصود. فقد يكون موجهاً عن قصد لتحقيق هدف معين عبر الحدود الدولية، وقد يكون أساساً نشاطاً داخلياً يعبر الحدود الدولية من دون قصد، ولكنه مع ذلك يعدّ إعلاماً دولياً. ويمكن أن تكون له آثاراً سياسية أو اقتصادية أو ثقافية على الدول التي ينساب إليها قد تفوق آثار الإعلام الدولي المقصود، وخاصة إذا كان يمثل تهديداً سياسياً للدولة المستقبلية، كما كان الحال بالنسبة للبث الألماني الغربي الذي كان ينساب إلى ألمانيا الشرقية، وقد يمثل تهديداً اقتصادياً، وخاصة إذا كان يمول تمويلاً تجارياً.

٢. القنوات: يمكن أن يمارس الإعلام الدولي عبر قنوات اتصال عامة أو خاصة. فالإعلام بوصفه نشاطاً اتصالياً بالأساس يكون عبر قنوات الاتصال العامة متاحاً للجميع، كما هي الحال بالنسبة للإذاعات الدولية، على الرغم من أنها تستخدم موجات قصيرة ذات تردد عالٍ، وبالتالي تستخدم قنوات عامة لا تخصص للخدمات الخاصة. وقد يحدث الإعلام عبر قنوات خاصة، أي قنوات غير متخصصة أصلاً للاستخدام العام، كما هي الحال بالنسبة للقنوات التي تحتاج إلى أجهزة استقبال خاصة لاستقبال ترددات معينة. أو قد يكون عبر قنوات الاتصال الخاص، فهو متاح لجمهور محدد على الرغم من أنه يستخدم قنوات عامة، كما هي الحال في حركة الهاتف والبرقيات التي تحملها الكوابل البحرية أو الأقمار الصناعية من دولة لأخرى.

٣. تقنيات التوزيع: توزع المعلومات في نظام الإعلام الدولي عبر موجات الراديو وعبر الأسلاك والكابلات، أو تنقل على أفلام أو شرائط صوتية أو شرائط فيديو.

¹ - Fortner. R. , " international Commune History , conflict ,and control of the global metropolis " , Belmont , California, 1993, p113.

٤. شكل المحتوى: يحمل الإعلام الدولي مضامين متنوعة تشمل الترفيه والشؤون العامة والبرامج الإخبارية بالإضافة إلى القصص الإخبارية الخام التي توزعها وكالات الأنباء الدولية.

٥. النتائج الثقافية: لكل أشكال الاتصال نتائج ثقافية مادام أنها أنشطة رمزية، ويسمح نظام الإعلام الدولي للدول الكبرى بفرض قيمها الثقافية (بما فيها القيم الإخبارية، والأعراف الاجتماعية، والقيم والأخلاقيات السياسية والاقتصادية) على الدول الأضعف. وقد قام خلاف وجدل كبيرين بين الدول التي تسعى إلى حماية هوياتها وثقافتها الوطنية وبين الدول التي ترى أن مثل هذه الإجراءات هدامة أو معرقة للتبادل الإعلامي والثقافي الدولي.

٦. الطبيعة السياسية: تعدّ كل أشكال الإعلام الدولي ذات طبيعة سياسية بشكل أو بآخر، أو قد تكون متأثرة فقط بالتوجهات السياسية أو الاقتصادية للدول، ومع ذلك، فإن الاعتبارات السياسية أمر هام وجوهري في ممارسة الإعلام الدولي، حتى لو كانت المنظمات القائمة به لا تستهدف ممارسة نفوذ أو سلطة سياسية. فهذه الممارسات سياسية ما دام أنها تعبر الحدود الوطنية للدول، ولأن المعلومات التي تحملها تهدد احتكار المعرفة وعملية الضبط الاجتماعي التي تستخدم كأساس للقوة والسلطة السياسية في الدول.

ثالثاً . الاختلال في تدفق المعلومات في الإعلام الدولي:

قبل الدخول في مشكلة الاختلال في تدفق المعلومات في نظام الاتصال والإعلام الدولي، يجب مراعاة الاعتبارات التالية^١:

١. إن كل مكونات النظام الدولي: السياسية والعسكرية والاقتصادية والقانونية والثقافية والتكنولوجية عبر مراحل تطورها، تمثل مدخلات أساسية للمشكلة، ولا يمكن تناول المشكلة تناولاً عملياً من دون مراعاتها.

^١ راسم محمد الجمال، دراسات في الإعلام الدولي: مشكلة الاختلال الإخباري، مرجع سابق، ص ٥١.

٢. إن الإعلام على المستويات الوطنية أصبح ضرورة اجتماعية واقتصادية وسياسية نتيجة لآثاره المتنوعة على كل قطاعات المجتمع، ونتيجة لتفاعله مع كل مكونات النظام الأخرى، واعتباره قاسماً مشتركاً في المشكلات الوطنية وفي حلولها. وهذا ما يؤكد أن توافر المعلومات التي يحتاجها النظام الوطني . كماً وكيفاً . يعدّ أحد العناصر اللازمة لتماسك النظام وتطوره وقدرته على بلوغ أهدافه.

٣. إنه نتيجة للاختلافات الواضحة بين أعضاء المجتمع الدولي في قدراتهم السياسية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية، فقد نشأ تفاوت بينهم في قدراتهم على إنتاج المعلومات التي يحتاجونها، إذ تميزت بعض المجتمعات نتيجة لقدراتها العالية في المجالات المختلفة بوفرة معلوماتها وتنوع مضامينها؛ في حين تميزت مجتمعات أخرى . نتيجة لضعف قدراتها في المجالات السابقة بقلّة معلوماتها، وبعجزها عن توفير المعلومات التي تحتاجها لتحقيق أهدافها الوطنية.

ونتيجة لما سبق، فإن الاختلال في تدفق المعلومات ظاهرة عامة بين جميع الدول، وليس بين الدول المتقدمة والنامية فحسب، ولكنها أشد وضوحاً بينها نتيجة للتفاوت الشديد في قدراتها، وثمة اختلال واضح بين الدول المتقدمة ذاتها، وفيما بين الدول النامية أيضاً نتيجة لتفاوت قدرات هذه الدول واحتياجاتها الاتصالية.

وعلى الرغم من أن الدول النامية تقع في أقصى الطرف المتلقي لأي تدفق دولي للمعلومات، فإن ذلك لا يعني بالضرورة أنها تفتقر إلى المعلومات الخاصة بها ويقنوت نقلها على المستوى الوطني، لأن إدراك الدول النامية لدور الاتصال والإعلام في التنمية قد دفعها إلى تطوير شبكاتها الاتصالية والإعلامية الوطنية، وتطوير استخدامات هذه الشبكات لمعالجة مشكلاتها التقليدية، مثل محو الأمية، وزيادة الوعي الاقتصادي أو الصحي لمواطنيها.

وأيضاً، على الرغم من أن تطور صناعة الإعلام وآثارها على المستوى الدولي على جانب كبير من الأهمية والخطورة، فإن مضمون الإعلام هو الذي يشكل أمراً حساساً بالنسبة لجميع الدول، وهو أساس الخلاف الفلسفي بين الشرق والغرب في مجال الإعلام الدولي، إذ يقوم الفكر الغربي على تجنب الاعتبارات المتعلقة بمضمون

ما ينشر والتأكيد على شكل الإعلام وكيفيته؛ في حين تبني فكرة الدول الاشتراكية سابقاً، ضرورة وضع مواصفات محددة لكل أنواع المعلومات ومجالات التبادل الثقافي التي يتضمنها التبادل الدولي للمعلومات.

وهناك بعض الجزئيات التي تمّ من خلالها تناول مشكلة الاختلال في تدفقات الاتصال الدولي

١. مظاهر الاختلال في التدفق الإعلامي على المستوى الدولي

يظهر الاختلال في تدفقات الاتصال بشكل واضح في كل عمليات تبادل المعلومات على المستويات المختلفة الدولية والإقليمية والوطنية.

ويأخذ تدفق المعلومات على النطاق الدولي اتجاهاً أساسياً من الشمال إلى الجنوب، من الدول المتقدمة إلى النامية، كما يسير التدفق الدولي أيضاً على محور غرب - شرق بين أمريكا الشمالية وأوروبا في اتجاه دول وسط وشرق أوروبا. ولا يعد الاتجاه الأول من الشمال إلى الجنوب تبادلاً دولياً، لما يتسم به من اختلال كمي صارخ، نتيجة للتفاوت بين حجم الأنباء والمعلومات الصادرة عن الدول المتقدمة في اتجاه الدول النامية وحجم التدفق في الاتجاه العكسي.

ويحدث الاختلال ذاته بصورة أقل بين الدول المتقدمة ذاتها على النطاق الإقليمي بين الدول الأوروبية وبين الولايات المتحدة الأمريكية وكندا على سبيل المثال، فما زالت بعض القوى الدولية تسيطر على عمليات جمع وتوزيع الأنباء، وعلى التبادل الثقافي والفني، في الوقت الذي تتجاهل فيه وسائل الإعلام دولاً صغيرة في الاتحاد الأوروبي على الرغم من قوتها على النطاق الأوروبي.

ويتمثل الاختلال على النطاق الوطني في أن المعلومات المتدفقة من العاصمة والمدن الكبرى إلى المدن الصغيرة والقرى والمناطق النائية تفوق من حيث الكم والكيف المعلومات المتدفقة في الاتجاه العكسي، كما أن الفئات العليا في كل مجتمع (سكان المدن أو النخبة المثقفة) تحصل أكثر من الفئات الأخرى على قدر أكبر من المعلومات، وهي علاوة على ذلك مصدر نقلها ونشرها، ويوجد هذا الاختلال في كل

الدول المتقدمة وغير المتقدمة، وفي الولايات المتحدة ذاتها، نتيجة لسوء توزيع مدخلات القوة في المجتمع.

ويقوم التدفق الدولي للاتصال في اتجاه واحد على أساس روابط ترجع إلى العهد الاستعماري، وإلى الروابط الاقتصادية التي ما زالت قائمة، وإلى التأثيرات الحضارية واللغوية. فما زالت الروابط التاريخية بين القوى الاستعمارية ومستعمراتها في الماضي تولد مجموعة مختارة من القرارات، سواء على مستوى سياسات التحرير، أو بالنسبة لاهتمام رجال الإعلام والقراء أنفسهم.

ومن بين التفسيرات التي طرحت لظاهرة الاختلال الإعلامي الدولي التفسير الذي طرحه محمد راسم الجمال العام ١٩٨٥، والذي استقاه من إعادة تحليل البيانات الكمية التي وفرتها الدراسات الأكاديمية التي أجريت عن هذه الظاهرة، وقد طرح التفسير على النحو التالي^١:

ينجم عن التفاوت في مدخلات القوة في النواحي السياسية والعسكرية والاقتصادية والثقافية والتقنية بين الدول تفاوت آخر في قدرتها على إنتاج وتوزيع المعلومات التي تعد مخرجات طبيعية لمدخلات القوة، ويترتب عليه اختلال في كم ونوع التبادل دولياً. ولما كان لا يوجد دولتان متشابهتان تماماً في نظمهما ومدخلات قوتها، فقد اتخذ هذا الاختلال أشكالاً ومستويات عديدة بين كل دولة على حدة، وبين بقية دول العالم، وبين كل مجموعة متجانسة أو شبه متجانسة، وبين المجموعات الأخرى، نظراً لأن كل دولة أو مجموعة متجانسة من الدول تشكل نظاماً، تنتج نوع وكم المعلومات والأنباء النابعة من طبيعة نظامها وأهدافه وحركته لبلوغ هذه الأهداف، والتي قد لا تشبع احتياجات واهتمامات دولة ما، أو مجموعة أخرى من الدول، وبديهي أنه يقع على كل دولة مسؤولية إنتاج والحصول على المعلومات التي تشبع احتياجاتها.

ومن ثم أصبح الاختلال في مجال المعلومات ظاهرة دولية عامة يشترك فيها كل أطراف المجتمع الدولي، وتعبّر عن الاختلافات القائمة بين النظم والثقافات

^١ راسم محمد الجمال، دراسات في الإعلام الدولي مشكلة الاختلال الإخباري، مرجع سابق، ص ٩١.

والاهتمامات والمصالح ودرجة تقدم كل طرف، وتحكمه ثلاث مجموعات من المتغيرات، هي^١:

١ . المتغيرات التي تتناول القوة الذاتية للدولة، أو المكتسبة من الانتماء إلى تجمع أو تحالف دولي.

٢ . المتغيرات التي تتناول العلاقات التاريخية والسياسية والاقتصادية والثقافية بين الدول.

٣ . المتغيرات الخاصة بفلسفات ونظم الإعلام الخاصة بكل دولة، وقدرتها على إنتاج وجمع وتوزيع المعلومات.

وطرح التفسير الفرضيات التالية^٢:

١ . امتلاك تقنيات حديثة في مجال الاتصال ليس كفيلاً بمعالجة مشكلة الاختلال.

٢ . يعدّ القرب المكاني أحد المتغيرات التي تؤثر في تدفق المعلومات في بعض الأحيان.

٣ . ليس صحيحاً أن حل مشكلة الاختلال على المستوى الوطني يساعد على حل المشكلة على النطاقين الإقليمي والدولي.

٤ . شيوع المفهوم الغربي التقليدي لماهية النبأ أحد الأسباب في الاختلال الكيفي.

٥ . كلما تعددت قنوات الاتصال الدولية قل الاختلال الكمي والكيفي.

٢. النظريات الشارحة للتدفق الإعلامي الدولي

طرح في عقد السبعينيات من القرن العشرين عدة نظريات شارحة لظاهرة التدفق الإعلامي الدولي، وأجريت دراسات عدة لاختبار هذه النظريات والفرضيات التي طرحتها، كما أجريت دراسات أخرى للتعرف على الظاهرة أو وصفها، ووفرت كماً كبيراً من البيانات التي يمكن الاستفادة منها في اختبار النظريات المطروحة.

^١ راسم محمد الجمال، المرجع السابق، ص ٩١.

^٢ المرجع السابق، ص ٩٣.

وأكثر هذه النظريات إثارة للجدل "نظرية الإمبريالية البنيوية" التي طرحها "جوهان غالتونغ" عام ١٩٧١، والتي مؤداها باختصار أن النظام الدولي يضم نوعين من الدول، الأول: دولة متقدمة تمثل مراكز هذا النظام، ودولة نامية تمثل أطرافاً لهذه المراكز، وأن كلاً من دول المركز ودول الأطراف تتكون هي الأخرى من مراكز وأطراف، بمعنى أن الدولة المركز تتكون من مركز يمثل الصفوة والفئة الأكثر تنويراً وهيمنة وقدرة على التأثير، وأطراف تمثل القطاعات الأقل نمواً وتطوراً^١.

وكذلك الحال بالنسبة للدولة الطرف أيضاً، إذ تتكون هي الأخرى من مركز يمثل الصفوة الحاكمة أو المهيمنة، وأطراف تمثل القطاعات الأقل نمواً وتعليماً وتأثيراً. وطبقاً لهذا التقسيم، عرّف "جوهان غالتونغ" الإمبريالية البنيوية بأنها شكل معقد للهيمنة التي تجمع الدول المركز والدول الأطراف، تقوم من خلاله دول المركز بمد جسور وبناء مواقع متقدمة لها في مراكز الدول الأطراف التي تلتقي معها في المصالح والاهتمامات، وافترض "جوهان غالتونغ" أن هذه العلاقة المعقدة تشمل ما يلي:

- ١ . تناغم مصالح واهتمامات كل من مراكز الدول المركز والدول الأطراف.
- ٢ . تنافر مصالح واهتمامات كل من مركز وأطراف الدول الطرف على نحو يفوق مثيله في الدول المركز.
- ٣ . تنافر مصالح واهتمامات كل من أطراف الدولة المركز وأطراف الدولة الطرف.

ففي الدول الأطراف (النامية)، توجد مجموعات من الصفوة المهيمنة تتناغم مصالحها واهتماماتها مع مصالح واهتمامات الصفوة في الدول المركز (المتقدمة)، وتوفر الصفوة في الدول الطرف السبل التي تمكن الصفوة في الدول المتقدمة من الإبقاء على سيطرتها السياسية والاقتصادية على الدولة الطرف، وتبعاً لذلك تتشابه مع قيم واتجاهات الأطراف في مجتمعها النامي المتخلف. فمراكز الدول الأطراف هي التي تستورد النظام القيمي لمراكز الدول المركز، أو تعيد إنتاجه محلياً أو تحاكيه في المضامين الإعلامية تحت شعارات التمدن، ويصاحب ذلك تبني مراكز الدول الطرف

¹ Galtung. J.& Ruge. M., "Structuring and Selecting news" in Choen. S & Young . j., eds., the Manufacture of News: Social Problems, Deviance, and the Mass Media, London: Constable, 1971, p 24.

الأدوار التي تلعبها مراكز الدول المركز في مجتمعها، وينجم عن ذلك روابط مؤسسية توظف لخدمة مصالح واهتمامات الجماعات المهيمنة في كل من الدول المركز والدول الأطراف، وهكذا تنمو وتتطور القيم المرتبطة والمتوافقة مع الدول المتقدمة.

وقد حدد "جوهان غالتونغ" خمسة أشكال للإمبريالية البنيوية تقوم على التبادل بين دولة المركز والدول الأطراف، وهي اقتصادية وسياسية وعسكرية وإعلامية وثقافية. وعلى الرغم من أن هذه الأشكال الخمسة تعد أضراراً للإمبريالية وتتفاعل مع بعضها من خلال وسائل مختلفة لدعم علاقات هيمنة المركز على الأطراف، فإن الإمبريالية الإعلامية أشد ارتباطاً بالإمبريالية الثقافية.

وتتمحور الآلية الأساسية في الإمبريالية البنيوية في بنى التفاعل التي قسمها "جوهان غالتونغ" إلى بنائين، أولهما بناء رأسي، والآخر بناء إقطاعي. ويقصد بالتفاعل الرأسي عدم تكافؤ العلاقات بين الدولة المركز والدولة الطرف، إذ تتدفق علاقة القوة من أعلى إلى أسفل، من الدول المتقدمة إلى الدول الأقل تقدماً، بينما تتدفق المنافع في الاتجاه العكسي. ويقصد بالتفاعل الإقطاعي أن ثمة تفاعل من مركز العجلة إلى أطرافها وبالعكس، وليس على محيط العجلة بين الدول الأطراف ذاتها¹.

وهكذا، يحدث التدفق الإعلامي من المركز إلى أطرافه، ثم يترد ثانية إلى المركز، إذ يتيح رجع الصدى أو المعلومات المرتدة قياس الأفعال وردود الأفعال، وبسهل من الرقابة المركزية على المخرجات.

وعلى هذا، فإن قيام وكالات الأنباء الدولية بجمع معلومات من الدول النامية يسمح لدول المركز بتقييم الأوضاع في الدول الأطراف والتكيف معها، من أجل المحافظة على تفوقها. كما يسمح رجع الصدى في ضوء البناء الإقطاعي على اتخاذ إجراءات سياسية أو عسكرية ضد الدول الأطراف.

وتتلقى الدول النامية الكثير من المعلومات عن دول المركز، ولكنها لا تتلقى سوى القليل من المعلومات عن الدول النامية الأخرى. وطبقاً "جوهان غالتونغ" يدعم

¹ Ibid., p 25.

التفاعل الإقطاعي عدم التكافؤ في التفاعل الرأسي، وثمة أربع قواعد تحدد التفاعل الإقطاعي ، وهي¹ :

- ١ . يكون التفاعل بين الدولة المركز والدولة الطرف رأسياً.
- ٢ . عدم وجود تفاعل بين الدول الأطراف مع بعضها البعض.
- ٣ . عدم وجود تفاعل بين مراكز متعددة وأطراف متعددة.
- ٤ . تحتكر الدولة المركز التفاعل الخارجي للدول الأطراف ويتضمن ذلك أمرين:
 - أ . عدم وجود تفاعل بين الأطراف مع بعضها البعض.
 - ب . عدم وجود تفاعل بين مركز ما وأطرافه مع أطراف أخرى تابعة لمراكز أخرى.

ولكي تحكم دول المركز سيطرتها على الأطراف في ضوء التوقعات الأربعة السابقة، فإنها تجعل من نفسها النافذة التي تطل منها الدول الأطراف على العالم، إذ تقوم بنقل صور العالم وأحداثه وتطوراتها وتفسرها، والهدف من ذلك هو بناء العالم المدرك للصفوة ومتخذي القرار في الدولة المركز ذاتها. ويتم ذلك في مجال الإعلام من خلال عيون صفوة دول المركز، ومن خلال بناء سلسلة من العمليات الاتصالية التي ترشح وتشغل الأحداث على النحو الذي يتوافق مع النموذج العام الشائع في الدول المركز، وهكذا تتشابه قيم وثقافات واهتمامات ورؤية العالم لدى كل من الصفوة في الدول المركز والدول الطرف، ومثل هذا التشابه يساعد على التقليل من الحواجز التي يمكن أن تنشأ في الاتصال الثقافي الدولي^٢.

ومن النظريات الشارحة للتدفق الإعلامي الدولي، النظرية التي طرحها "هستر" والتي تنطلق من أن الدول مثل الكائنات الحية لديها استعداد مسبق لبث وتلقي المعلومات من البيئة الخارجية كضرورة لإشباع احتياجاتها ومتطلبات تماسكها، ولحماية نفسها من أخطار البيئة الخارجية. وتمثل المدخلات الإعلامية الناتجة عن

¹ Ibid., p 26.

² . Ibid., p 27.

مراقبة واستقصاء البيئة الخارجية لموجهي وقادة النظم الوطنية، المعلومات أو المعرفة التي يبنون عليها الاستجابات المناسبة لحفظ وصيانة نظمهم الوطنية¹.

إن دراسة التدفق الدولي للمعلومات ينطوي على جانب كبير من الأهمية، لأن هذه المعلومات قد تكون هي الأساس الذي تبنى عليه السياسات الوطنية تجاه القضايا الخارجية، أو التي تقرر في ضوءها السياسات الداخلية. فعن طريق ملاحظة ما يختاره أولئك الذين يتولون مراقبة البيئة الخارجية، ويقومون بتشغيله من معلومات في نظمهم الوطنية، نستطيع أن نعلم الكثير عما يعتقد هذا النظام أنه مهم له، وعما يعتقد قاده النظم الوطنية بالنسبة لأنفسهم في علاقاتهم بالنظم الوطنية الأخرى.

وعلاوة على ذلك، يمكن قياس اتجاه ومضمون التدفق جزئياً على الأقل، كذلك فإن فهم كيفية عمل النظم الوطنية وعلاقاتها بغيرها من النظم له علاقة مباشرة بعملية وضع السياسات الخارجية، وله علاقة بالنسبة لفرص الحرب والسلام، وفرص حل المشكلات الدولية بصفة عامة.

وعلى هذا، فإن اختلال التوازن في الإعلام على المستوى الدولي هو ظاهرة تاريخية لا تزال تعكس الحقائق الاجتماعية والسياسية للمجتمعات، وأن الإعلام قد تأثر بالتكوين الحالي للمجتمعات، كما تأثر في الوقت ذاته بانحسار الاستعمار، وبالجهود التي يبذلها عدد كبير من الدول النامية للحصول على الاستقلال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي.

المطلب الثاني: الوظائف الاجتماعية والسياسية لوسائل الإعلام

ترتبط الممارسة الإعلامية لدولة ما بالقيم الوطنية والدينية والاجتماعية التي تعتنقها هذه الدولة، وبناءً عليه فإن النظم السياسية هي التي تحدد شكل وحجم ونوع القيم والمعايير التي تستخدمها وسائل الإعلام، بحيث يمكن القول، إن المضمون الأساسي للإعلام في حياتنا المعاصرة يحمل دلالات نسبية تختلف حولها الآراء باختلاف نوعية الانتماء الفكري والثقافي والمهني والاقتصادي والاجتماعي والسياسي والعقائدي لأصحاب هذه الآراء.

¹ . ألبرت ل هستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢، ص ١٣٣.

إن السمة المشتركة بين كل تلك الحقب التاريخية المتعددة التي شهدت تطور الإعلام، كانت تتمثل دائماً حول البحث عن كيفية إحداث التأثير الأفضل على الرأي العام والتحكم في اتجاهاته.¹

أولاً . الإعلام أداة اجتماعية فاعلة:

يعدّ الإعلام أداة للقوة الاجتماعية، ويفسر الكثير من الخبراء العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل، فالعلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمعات هي علاقة تبادلية، فالمجتمع ينشئ النظام الإعلامي القومي، ويقوم الأخير بدوره في تطوير المجتمع أو تغييره، ومع اختلاف المجتمعات تختلف أيضاً النظم الإعلامية، وبذلك فإن العلاقة بين المجتمع ووسائل إعلامه منفردة، لأنها علاقة متحركة ونشطة وليست ساكنة حيث يؤثر كل منها في الآخر.

١ . النظرية البنائية الوظيفية:

تقوم هذه النظرية على أن هناك عوامل أو قوى في المجتمع تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي، يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيله، إذ إن النظم الإعلامية تقوم بوظائف عدة منها، هي:

أ . الإعلام والتحليل والتفسير

ب . التعليم والتنشئة الاجتماعية

ج . الإقناع والعلاقات العامة

د . الترويج والإعلان

هـ . الترفيه والفنون

وتساهم هذه الوظائف بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها. وتأثير وسائل الإعلام، وإن كان قابلاً للمناقشة، إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع.

¹ فؤاد عبد السلام الفارس، في السياسة والإعلام وقضايا أخرى، جدة، الكتاب العربي السعودي، ١٩٩٠، ص ٢٢٤.

وتتأثر نشأة النظام الإعلامي وتطوره في المجتمعات بالعوامل التالية^١:

أ . الخصائص الجغرافية والمادية للمجتمع: وتظهر حالات عديدة، مثل تأثيرات المناخ . السطح . المساحة . عدد السكان وتوزعهم.

ب . الكفاءات التقنية والتي تتأثر في أربعة أنواع، وهي:

١ . وجود كفاءات علمية في المجالات النظرية والتطبيقية تسهم في تطوير وسائل الإعلام، سواء في مجالات البحث والدراسة أو في مجالات التشغيل والصيانة، وذلك بدلاً من اعتماد وسائل الإعلام على استيراد التقنيات المتقدمة والخبراء أصحاب الاختصاص.

٢ . وفرة المواد الخام الخاصة بصناعة الإعلام، مثل ورق الصحف وخامات الطباعة والذي يؤثر النقص فيها إلى الحد من الصحف الصادرة وعدد صفحاتها.

٣ . قدرة المجتمع على إنتاج الأجهزة أو الوسائل الإعلامية، أو وفرة الأموال التي تساعد على شرائها، فالنظام الإعلامي لا يعمل ما لم تتوفر الصناعات المغذية له.

ج . السمات الثقافية: فكل مجتمع له أحكامه ومعاييره المتميزة وأنماطه السلوكية ووسائله الخاصة في تحديد الأولويات وتعديل السلوك، فهناك العادات الاجتماعية والثقافية والقيم والاتجاهات التي تشكل السمات الثقافية والخصائص الاجتماعية، والتي تعدّ ضرورة في تطوير النظم الاجتماعية وتحديد أدوارها.

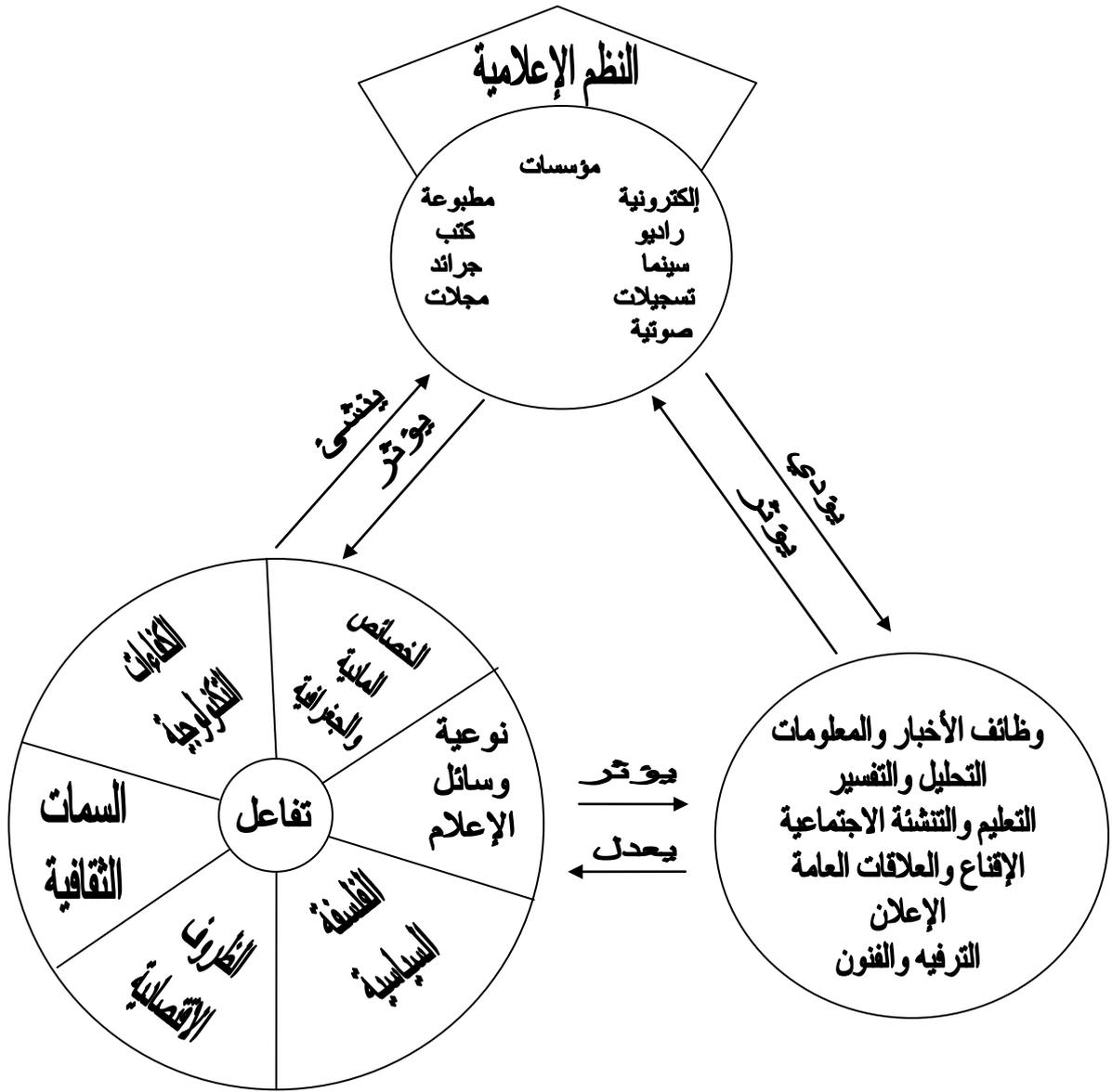
د . الظروف الاقتصادية: يحتاج الإنتاج الإعلامي إلى نفقات ضخمة، لذلك فإن اتجاهات المجتمع والأفراد نحو الوسيلة الإعلامية يمكن أن تحدد الخصائص الاقتصادية.

هـ . الفلسفة السياسية: يظهر تأثير البناء السياسي واتجاهه على تطوير النظام الإعلامي في قدر ونوع السيطرة التي تمارسها الحكومات على وسائل الإعلام. فالقوى السياسية هي التي تضع القوانين والتشريعات التي تعمل في إطارها المؤسسات الإعلامية، وتختلف درجة ونوع السيطرة من مجتمع لآخر، وتعتمد على الفلسفات السياسية للمجتمعات وأهدافها.

^١ فؤاد عبد السلام الفارس، المرجع السابق، ص ٢٢٦.

و. نوعية وسائل الإعلام: يتأثر النظام الإعلامي بخصائص المؤسسات الإعلامية من حيث تقنياتها وأنماط استخدامها، فقد أدى ظهور التلفزيون التجاري إلى تغيير أدوار الراديو والسينما، فالنظام الإعلامي ككل في أي مجتمع يتأثر في تشكيله أو إعادة تشكيله بصورة التفاعل بين وسائل الإعلام. ويعكس النموذج في الشكل التالي علاقة التبادل بين الإعلام والنظم الاجتماعية في المجتمع¹:

¹ فؤاد عبد السلام الفارس، المرجع السابق، ص ٢٢٩.



٢. النظرية النقدية:

ترى هذه النظرية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة السلطة في المجتمع على فرض نفوذها والعمل على دعم الوضع القائم، ولذلك كانت دراسات النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنتشره وسائل الإعلام، للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع.

ومهما تعددت النظريات النقدية، فإن هناك اتفاقاً على أجندة واحدة تقريباً لتحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية والسياسية في الآتي:^١

أ. إن محتوى وسائل الإعلام يروج اهتمامات الجماعات المهيمنة في المجتمع، وإن هذا المحتوى يميل إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

ب. تحليل المعاني الرمزية للمحتوى التي تستخدمها المصالح الرأسمالية لجذب اهتمامات الطبقات العاملة التي تعاني من الاستغلال الاقتصادي، وهذا ما عدته النظريات مدخلاً للدراسات الإعلامية.

ج. فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي تخدم نتائجها الثقافات المهيمنة، والتي تمول من كبار رجال الأعمال والحكومات كنوع من الانحياز للأفراد برضا المجتمع عن الحياة والواقع. ويعد "ستيوارت هول" من رواد المفكرين في هذه الاتجاهات التي ظهرت في أوروبا الغربية معتمدة على نظريات السياق الاجتماعي والنظريات التأملية التي تحاول أن تفسر وتتنبأ باتجاهات الثقافة والمجتمع، ويلخص "ستيوارت هول" هذا في تقديمه للأعمال التي قام بها مركز الدراسات الثقافية المعاصرة C.C.C.S بجامعة برمنغهام خلال السبعينيات من القرن العشرين، إذ جاءت هذه الأعمال تحدياً للبحوث التقليدية، واهتمت بدراسة الإعلام في الإطار الأوسع للدراسات الثقافية.

د. دراسة محتوى الإعلام في إطار أوسع وتعريفه من خلال الدور الفكري والعقائدي للإعلام، بدلاً من نماذج التأثير المباشر التي كانت تقوم على أساس المثير.

^١ . محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص ٢١.

الاستجابة، والتأكيد على قوة وسائل الإعلام الفكرية والثقافية، وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقوم بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية التي يتم تحديدها، وإنتاج ونقل الأفكار الشعبية إلى المتلقين، مما يؤكد الاعتبار الخاص بالعلاقة ذات المغزى بين الفكر ووسائل الإعلام.

هـ . تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديمًا واضحاً للمعنى، وإعطاء اهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري، بدلاً من مجرد تحليل المحتوى النقدي. و . التأكيد على مفهوم القراءة وجمهور القراء الذي يشير إلى العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور، بدلاً من مفهوم الجمهور الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير حاجات المسح الخاصة بالمؤسسات الإذاعية ووكالات الأنباء.

ي . الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمها، والتي تختلف تماماً مع نماذج الثقافة الجماهيرية التي تناولها البحوث الأمريكية، والتأكيد على غياب السياق الفكري العام في هذه البحوث. وتفترض النظريات النقدية أن النظريات الاجتماعية يجب أن تقوم على قاعدة من القيم والأهداف لحياة الإنسان، وتهدف هذه النظريات إلى بناء دليل عمليات الإصلاح أو تحول المؤسسات الاجتماعية أو النظام الاجتماعي حتى تصبح القيم الهامة حقيقية في حياة المجتمعات. وتعدّ العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية مهد النظريات النقدية في علاقتها بمختلف المشكلات الاجتماعية.

ولذلك، فإنها تطرح العديد من الأسئلة حول الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام، كما تناقش الدوافع المهنية للعاملين في هذه الوسائل ومعايير المهنة ومسؤولياتها الاجتماعية.. وغيرها من الأفكار والقضايا التي تهتم بالبعد الاجتماعي لوسائل الإعلام ودورها في عملية التغيير الاجتماعي^١.

وعليه، فبينما تؤكد النظرية البنائية الوظيفية على دور وسائل الإعلام في تغيير المجتمع، والذي تتفاعل ضمنه عوامل عدة تسهم في خلق نظام إعلامي قوي، ترى

١ . مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سابق، ص ٤١ .

النظرية النقدية أن وسائل الإعلام تساهم في خدمة أهداف السياسة العامة للنظام القائم بمختلف أشكالها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بما يضمن استمرار هيمنتها في المجتمع.

ثانياً: دور الإعلام في صنع القرارات والسياسات

تهدف السياسات عادة إلى حل أو على الأقل إلى تخفيف المشاكل العامة، وهي تتكون بصفة رئيسة من قرارات وأعمال الحكومة، مثل إصدار القوانين ووضع التنظيمات وإقرار الموازنات واعتماد الأموال اللازمة لها والقيام بعمل حربي. وقد تكون استجابات الحكومة رمزية، بمعنى أنها لا تقوم في الواقع بتغيير أحد الأوضاع، بل تشير إلى القلق حوله أو الاهتمام به فحسب، كقيام رئيس الدولة بزيارة مدينة أصابها إحدى الكوارث؛ كما أن قرارات القيام بأي عمل تجاه مشكلة معينة هي أيضاً أحد أنماط السياسة العامة.

نظرياً، تتم العملية السياسية عبر ست مراحل: نشوء المشكلة، وضع البرنامج، صياغة السياسة، التشريع والتبني، التنفيذ والإدارة، وتقييم السياسة^١.

١. نشوء المشكلة:

يمكن أن يكون لوسائل الإعلام تأثير قوي في مرحلة نشوء المشكلة بتغطيتها الروتينية للأحداث وتعليقها عليها، إذ تقوم بإثارة اهتمام الجمهور وصانعي السياسة بالقضايا أثناء حدوثها. قد تكون التغطية الإخبارية لكثير من المشكلات في مرحلة نشوئها مضطربة، فقد تكون كثيرة في وقت ما وقليلة في وقت آخر، وذلك عندما يفقد الصحفيون اهتمامهم أو يقررون عدم وجود ما يستحق تغطية أكثر، ونتيجة لذلك قد لا تصل كثير من الأحداث والقضايا التي لها أهمية واضحة إلى صناع السياسة من خلال وسائل الإعلام.

وعلاوة على ذلك، فإن كثير من القضايا التي تقوم وسائل الإعلام بتغطيتها لا تعدّ مشاكل يجب على الحكومة أن تتعامل معها.

^١ دوريس غرابر وآخرون، "سياسة الأخبار وأخبار السياسة"، القاهرة، دار الشروق الدولية، ٢٠٠٤، ص ٢٨٠.

وهكذا، تؤثر وسائل الإعلام في مرحلة نشوء المشكلة من خلال تصوير الأحداث بأسلوب سياسي، إذ يمكن أن تشمل هذه التغطية أسباب المشاكل وشدتها ومدتها الزمنية ومداهها وعلاقتها مع قطاعات الشعب كافة وحلولها المحتملة أيضاً.

٢ . وضع البرامج:

تشمل البرامج السياسية القضايا التي يرى الموظفون العموميون عادةً أنها تستحق اهتمام الحكومة واهتمام أولئك الذين يرون ضرورة قيامهم بالعمل.

وينتج العمل المشترك بين السياسيين ووسائل الإعلام هذه البرامج، ولكن يصعب الترابط بين السبب والتأثير.

فإذاعة الأخبار عبر الأقمار الصناعية والكومبيوتر يعني أن الجمهور وصناع السياسة سوف يعلمون بها في التوقيت ذاته، ويمكن أن يفرض هذا على البرنامج السياسي موضوعات قد يفضل صناع السياسة أن يتجاهلوها، وتضع وسائل الإعلام أمام صناع السياسة متطلبات تحتاج للرد السريع عندما تكون ميولهم هي الانتظار لكي يروا كيف يتطور الموقف، وهكذا قد تقوم تغطية وسائل الإعلام بتسريع عملية اتخاذ القرار.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تحرك القضايا بعيداً عن البرنامج السياسي بالتوقف عن تغطيتها أو إعطاء انطباع صحيح أو خاطئ أنها لا تمثل مشاكل جادة، أو بالإشارة إلى أنها لا تتطلب حلولاً من خلال العملية السياسية.

٣ . صياغة السياسة:

يكون لوسائل الإعلام تأثير قوي على صناع السياسة عندما يكونون بصدد تقرير ما الذي يجب أن يفعلوه حيال قضية ما، وذلك من خلال تقديم ردود رمزية. فصياغة ونشر تلك الردود يكون عادة أسهل من صياغة ونشر قرارات سياسية جوهرية قد تفيد أو تغضب قطاعات من المجتمع وتقوم بتغيير المصادر، ولكن كثيراً ما تكون الرمزية غير كافية لأن المتوقع والمطلوب من صناع السياسة أن يقوموا باقتراح حلول جوهرية.

ويحاول صانعو القرارات، وخاصة أولئك الذين انتخبهم الجمهور لتولي مناصبهم، مواجهة القضايا بأساليب تعجب الجمهور عادة، لهذا فهم كثيراً ما يتأثرون بإحساسهم عن الكيفية التي سوف تعرض بها اقتراحاتهم في وسائل الإعلام، إذ يمكن لأساليب تعريف أية قضية في المراحل المختلفة للعملية السياسية أن تكون حاسمة، فكثيراً ما تقوم الإطارات التي تستخدم لبناء وتنظيم محتويات روايات الأخبار التي تتعلق بالسياسة بتأييد أحد المواقف السياسية أكثر من البدائل الأخرى.

٤ . التشريع والتبني:

يمكن لوسائل الإعلام أن تصبح مثيراً للجدل والنقاش بالنسبة لقضايا سياسية بارزة، حيث تدافع فيه أطراف متعددة عن وجهات نظرها، إذ تستطيع وسائل الإعلام أن تؤثر على سياسة مقترحة بتقييم وضعها القانوني والمأمول منها والتنبؤ بمصيرها المحتمل.

وقد تكون التغطية أحادية الجانب عندما تكون مؤيدة، وتقوم بتعزيز السياسة المحتمل تبنيها، والعكس صحيح إذا كانت معارضة أو يمكن أن تؤدي التغطية إلى مراجعة وإعادة تشكيل عروض السياسة.

٥ . التنفيذ والإدارة:

تأثير وسائل الإعلام على تنفيذ القانون يمكن أن يكون معقداً، لأن معظم القرارات السياسية ليست تنفيذية بذاتها، بل تتطلب التنفيذ والإدارة من البيروقراطيين عادة. ويمكن لوسائل الإعلام أن تكون عاملاً مهماً في هذه المرحلة من العملية السياسية، بنشرها كيف تدار السياسات وتنفذ. فعادةً ما يكون هناك قصور وفصائح تقوم وسائل الإعلام بكشفها، ولكن يوجد كذلك التنفيذ والإدارة التي تتم عادة بعيداً عن نظام وسائل الإعلام، ويستهلك عرضها وقتاً طويلاً، وهكذا يتحتم أن تكون تغطية وسائل الإعلام مشتتة ومتقطعة التركيز، وعلى قليل من السياسات.

٦ . تقييم السياسة:

يشمل تقييم أية سياسة نظرياً تعريف أهداف هذه السياسة، وابتكار وسائل قياسها لمعرفة ردة فعل الجمهور، وتقييم الأهداف التي حققتها، وكفاءتها وفعاليتها، ثم يلي ذلك اتخاذ القرارات بالحفاظ على هذه السياسات أو إلغائها أو تعديلها. ولكن، لأن المسؤولين يبذلون جهودهم في المراحل الأخرى للعملية السياسية، أصبح التقييم غير مألوف نسبياً، إذ لا توجد حوافز لتقييم أية سياسة إلا إذا كانت لأسباب سياسية حزبية، أو إذا كانت هناك اضطرابات أو فضائح يراد كشفها.

ولوسائل الإعلام في هذه المرحلة أهمية واضحة لكي تحمل الحكومة مسؤولية تصرفاتها من خلال إظهار الأحداث الجارية وأبحاث الصحفيين ونشر الدراسات والنتائج التي وصلت إليها جماعات المصالح وما شابهها، كما تنشر وسائل الإعلام بعض التقييم الذي قامت به الحكومة.

فالتغطية التي تقوم بها وسائل الإعلام قد تؤدي إلى إعادة تقييم السياسات وتغييرها أو استبعادها.

ومع أن الواقع أكثر اضطراباً عملياً حيث تتداخل المراحل ولا تسير دائماً طبقاً للنظام المذكور، كما قد لا يتم استكمالها في كل سياسة، إلا أن هذه المراحل تعطينا وسيلة لملاحظة تأثير محتوى وسائل الإعلام على العملية السياسية.

وبطبيعة الحال، فإن محتوى وسائل الإعلام قد يكون محايداً أو أحادي الجانب أو غير دقيق، ويمكنه تضليل صناع السياسة والجمهور بنشره نتائج سياسة إيجابية عندما تكون النتائج غير المشجعة هي الأكثر احتمالاً، أو بافتراض أن سياسة ما قد فشلت عندما تكون هي تقريباً ما زالت تعمل.

ويتضح تأثير وسائل الإعلام في عملية صنع القرار السياسي فيما يلي^١:

أولاً. إن وسائل الإعلام تؤثر على القرارات السياسية، لأنها تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار.

١ . مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سابق، ص ٨٦.

ثانياً. إن صانع القرار ينظر إلى وسائل الإعلام كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياساته وقراراته.

حيث تعمل وسائل الإعلام على:

أ . تزويد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياستهم، وفي كثير من الأحيان تجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون باهتمامات الشعب، بطريقة مباشرة بالتعبير عن اتجاهات الرأي العام، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تشكل النقاش الجماهيري والرأي العام.

ب . توفير القنوات اللازمة للمسؤولين لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة السياسية داخل الحكومة وخارجها، ومن خلالها تتاح الفرصة لشرح سياسات المسؤولين ومهاجمة مواقف معارضتهم.

ج . إتاحة إمكانية حضور المسؤولين في ذهن الجمهور، من خلال العرض المستمر لنشاطاتهم وصفاتهم الشخصية.

د . كما تؤثر وسائل الإعلام في مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجماهيري لبعض سياسات القادة والحكومات، ولا ينكر ما لها من دور في إحداث تغييرات جذرية في السياسات وخلق سياسات جديدة عندما تتطلب المشاكل التدخل الحكومي، أو بنشرها لمطالب الرأي العام¹.

غير أن التطور الحاصل في مجال الإعلام قد وُلد شعوراً لدى صانع القرار بعدم الاستقرار لإدارة الشؤون السياسية، لاسيما فيما يتعلق بالسياسة الخارجية، إذ إن الزخم المتواصل في المعلومات لا يمنحه الوقت الكافي للتفكير في اتخاذ الخيار المناسب اتجاه قضية معينة، كما أن الثورة المعلوماتية جعلت وسائل الإعلام قادرة على الوصول إلى أي مكان وبسرعة كبيرة، وهذا ما يشكل عامل ضغط كبير على صانع القرار السياسي للاستجابة فورا للتقارير الإخبارية التي ربما تكون غير كاملة أو خاطئة أحياناً بسبب فوريتها.

¹ . مجد الهاشمي، المرجع السابق، ص ٨٧.

عموماً، يمكن القول إن وسائل الإعلام تقوم بدور مؤثر في عملية صنع القرار السياسي، فهي تنقل المعلومات السياسية لصانع القرار السياسي وكذلك للمواطنين، وأي تشويه في هذه المعلومات يؤثر حتماً في صنع القرارات. كذلك، تؤثر في مرحلة تكوين القرار للرأي العام، وفي إدراك المواطنين لدلالات القرار السياسي، كذلك قد يستخدمها صناع القرار للتأثير في الرأي العام من أجل خلق المساندة لقراراتهم.

ثالثاً . دور الإعلام في تشكيل السلوك السياسي:

يرتبط السلوك السياسي للأفراد بالصورة التي تسهم وسائل الإعلام في تكوينها عن عالم السياسة لدى الجمهور.

كذلك يسهم في اختلاف التأثير المعرفي السياسي مدى ارتباط الفرد بجماعات الانتماء والاهتمام السياسي التي يخلقها له النظام السياسي، بالإضافة إلى الاعتبارات الديمغرافية المختلفة مثل (السن والجنس والتعليم).

ويتضمن الاتجاه السياسي الناتج عن هذه العملية ثلاثة مكونات:

معرفة وعاطفية وسلوكية، ويكون التأثير دائرياً بمعنى أن كل عنصر في هذه العملية السياسية وتكوينها يؤثر ويتأثر بالعناصر الأخرى.

ويتكون السلوك السياسي للأفراد عموماً بالصورة التي تطبعها وسائل الإعلام عن عالم السياسة في ذهن الجمهور، وهي تمارس دوراً مؤثراً في حث وتشجيع الأفراد على اتخاذ مواقف وسلوكيات سياسية، من بينها المشاركة السياسية.

١. المكون المعرفي

ويعد من أهم متطلبات ممارسة النشاط السياسي، ويقصد بالمكون المعرفي كمية المعلومات السياسية الصحيحة التي يحصل عليها الفرد عن المجتمع من حوله عبر وسائل الإعلام، فالرسائل الإعلامية ذات المضمون السياسي تمثل وحدات البناء المعرفي لدى كل فرد والذي يختلف حجمه من فرد إلى آخر.

ويشير مفهوم المكون المعرفي إلى كافة التأثيرات العقلية ومنها^١:

أ . إزالة الغموض من خلال معلومات كافية وواضحة.

ب . وضع أجندة الجمهور، التي هي عبارة عن تفاعل بين الاهتمامات الخاصة الناتجة عن الاختلافات الفردية ومواقف الفرد داخل البناء الاجتماعي.

ج . تكوين القيم والمعتقدات التي يحققها الأفراد في حياتهم، وكذلك الأنماط السلوكية.

د . زيادة نظم المعتقدات عند الناس واتساعها لمعرفة المزيد من المعرفة عن الآخرين.

ومع التطور السريع لنظريات الإعلام، تعقدت عملية التأثير الإعلامي، كما تبين أنها ليست بهذا التأثير الواسع غير المحدود، إذ يستطيع الجمهور حماية نفسه سيكولوجياً من بعض الرسائل الإعلامية؛ فالتأثير الإعلامي أصبح لا يمكن تفسيره طبقاً للمفهوم القديم للتأثير المتماثل للإعلام. كما ان الجمهور يرفض التعرض بشكل سلبي للرسائل الإعلامية، وله دور إيجابي حيالها، فهو يختار من الرسائل ما يناسبه، وفقاً لعدد من الاعتبارات الانتقائية التي تختلف فيما بين الأفراد، والأشخاص يميلون إلى التعرض بشكل انتقائي إلى مختلف الرسائل الإعلامية وفقاً لوجهة نظرهم وآرائهم واهتماماتهم واستعدادهم السابق، ويتجنبوا ما يعارضهم ويختلف معهم. وتتم المعالجة بتفسير هذه المادة وفقاً لوجهات نظر الأفراد حتى ولو كان هذا التفسير خاطئاً، ويتناسوها تماماً فيما يسمى التذكر الانتقائي بمعنى أن الفرد يحتفظ بأجزاء من الرسالة التي تتفق معه ويمحو من ذاكرته كلياً ما لم يتفق معه من مضمون الرسالة الإعلامية. وبذلك، تعد وسائل الإعلام أحد العوامل التي تمارس التأثير على سلوك المتلقي إلى جانب عدد آخر من المتغيرات والاعتبارات النفسية والاجتماعية، والتأثير لا يحدث بطريقة متماثلة بين الأفراد، إلا أنه يحدث في إطار عملية سيكولوجية متكاملة وممتدة وذات طابع تراكمي.

١ . حنان يوسف، الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، القاهرة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠٠٦، ص ٨١.

ويتكون مقياس تحديد أثر وسائل الإعلام على السلوك السياسي من فئات ثلاث، هي:

أ . الاستجابة الأولية ومؤشراتها: تذكر بعض المعلومات عن مضمون وسائل الإعلام.

ب . الاستجابة العاطفية ومؤشراتها: الاهتمام والإعجاب بمضمون وسائل الإعلام.

ج . الاستجابة السلوكية: الاستعداد والنية السلوكية حتى القيام بالسلوك ذاته.

٢. المكون العاطفي:

يؤدي مبدأ الانتقائية من خلال مدخل الفروق الفردية بين أفراد الجمهور المتلقي إلى إحداث اختلافات في التأثير، تنجم عن هذه الفروق التي تشكل مكونات العنصر العاطفي الذي يلعب دوراً بارزاً في تشكيل الاتجاه السياسي للأفراد.

أ . الفروق الفردية

ويقصد بالفروق الفردية أن هناك اختلافات فيما بين الأفراد في الخصائص الشخصية، ويفترض مدخل الفروق الفردية أن هذه الخصائص الفردية تؤدي إلى أنماط تعرض انتقائية إزاء وسائل الإعلام، تختلف وفقاً لهذه الفروق بين الأفراد واهتماماتهم. فوسائل الإعلام تعرض رسائلها لأفراد المجتمع الجماهيري، إلا أن هذه الرسائل تستقبل بشكل انتقائي يعود لاختلاف البنية الإدراكية من احتياجات وعادات ومعتقدات وقيم واتجاهات للأفراد.

لذلك، فإن تأثير وسائل الإعلام ليس متماثلاً أو مباشراً، ولكنه انتقائي ومحدد وفقاً للاختلافات بين الأفراد. إذ إن هناك علاقة قوية تربط ما بين الفروق الفردية والتعلم في أعقاب عملية التعرض للوسائل الإعلام، بمعنى أن تلك الاختلافات والفروق بين الأفراد تؤثر في عملية التعلم كمتغيرات أساسية قبل القيام بالفعل.

كما أن للمعتقدات والمفاهيم التي يعتنقها الفرد تأثير كبير فيما يراه أو يعتقده بالنسبة للمضمون السياسي لوسائل الإعلام، وأن هذه المعتقدات والمفاهيم تختلف من فرد لآخر، ومن ثمة تنتج عنها تأثيرات متباينة في سلوكيات الأفراد.

ب . الاهتمام السياسي

عدّ الاهتمام السياسي مظهراً من مظاهر الفروق الفردية، والذي يؤدي إلى إحداث تأثير سلوكي متباين بين الأفراد، كما أن هذه الفروق تعمل على خلق ما يسمى بالتحيز المعرفي في الموضوعات السياسية المقدمة.

إذ يؤدي حجم الاهتمامات السياسية دوراً كبيراً في متابعة الأحداث السياسية والمشاركة في المجالات السياسية، فالفرد ذو الاهتمام السياسي الأعلى تزداد درجة تعرضه لوسائل الإعلام وخاصة ما يتعلق منها بالمضمون السياسي.

ج . التقمص الوجداني

يعد التقمص الوجداني أحد المتغيرات النفسية التي يفترض وجودها عند الأفراد بنسب ودرجات متفاوتة لإحداث التأثيرات السلوكية بشكل مختلف، وهو بذلك يعد أحد أنماط الفروق الفردية بين الجمهور.

ويقصد بمفهوم التقمص الوجداني: القدرة على معايشة ما يشعر به الآخرون ويدركونه، وحتى ما يقومون به من سلوكيات.

ويقترض التقمص الوجداني أن الأفراد يستطيعون الانتساب إلى بعضهم البعض، ليس على أساس صفاتهم الواقعية، ولكن من خلال الانطباعات التي يخلقها كل منهم لدى الآخر من خلال عملية التفاعل الإنساني:

فالتقمص يسهم في فهم التطلعات والاحتياجات للآخرين على الرغم من أنه غير مرئي، ومن ثم يمكن فهم تطلعات واحتياجات الفرد شخصياً. ومن شأن التقمص الوجداني خلق نوع من التوازن لدى الفرد من خلال الرغبة في الحصول على ما يريد

من دون أن يتكبد خسائر، وذلك من خلال حوار الشخص لنفسه كجزء أولي من عملية التقمص^١.

٣. المكون السلوكي:

استكمالاً لمراحل عملية التأثير، يظهر وجود المكون السلوكي مثل جماعات الانتماء ويساهم في اختلاف التأثير المعرفي للأفراد مدى ارتباط الفرد بهذه الجماعات. فلقد أصبحت الدراسات التي تهتم بدراسة الجمهور وتأثيرات الوسيلة تنظر إلى الفرد من منطلق أنه فرد في جماعة، ويسلك سلوكاً معيناً في إطار المجتمع والجماعة التي يعيش فيها، إذ أن متلقي الرسالة الإعلامية شخص يتأثر بمناخ الجماعة التي ينتمي إليها، لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكمن في محتوى هذه الرسائل السياسية ومدى تأثيرها على الأفراد، والذي يرتبط بالضرورة بمناخ الجماعة التي ينتمي لها الأفراد.

ويتفق الفرد مع القيم والعادات والمعايير داخل جماعته من خلال تأثره بها، ويستمد إحساساً بالأمن والطمأنينة من وجوده داخل جماعته ورضاه عنها. واتفاق الفرد مع جماعته يأتي في مرحلة التعرض للمعلومات، ثم تدعيمها، وبعد ذلك مرحلة التحويل والتغيير، وإن كان ذلك يتوقف على درجة تقدير الفرد لجماعته، فكلما زاد تقدير الفرد لجماعته، كلما كان أكثر اتفاقاً وتمسكاً بأرائها والعكس صحيح.

ويتناول الأفراد المعلومات من الواحد إلى الآخر للوصول إلى الفهم المشترك والعمل الجماعي. ويهتم هذا النموذج بدراسة العلاقات بين الأفراد في الجماعة، وكذلك العلاقة بين الجماعات المختلفة، وصولاً إلى نشر المفاهيم بنفس المعاني للأفراد، وحثهم على معرفة البيئة من حولهم والإحساس بالبيئة المحيطة بهم^٢.

^١ . حنان يوسف، دور المادة المخبرية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٦، ص ٧٤.

^٢ مختار أبو الخير، فاعلية الاتصال الشخصي، القاهرة، دراسات الاتصال، عدد ١١، ١٩٩٥، ص ٣٩.

وتنقسم جماعات الانتماء إلى نوعين:

أ. الجماعات الأولية: وهي جماعات قليلة العدد، ولها تأثير كبير على أفرادها من خلال عوامل الارتباط الشخصي الوطيدة بينهم.

ب. الجماعات الثانوية: وهي جماعة أكبر عدداً وأكثر تنظيماً، ولكن يخف حدة تأثيرها على أفرادها بالمقارنة بالجماعات الأولية، إلا أن ذلك لا ينفي اتفاق الفرد مع اهتمامات وقواعد وأنماط جماعته، ولكن بنسب متفاوتة.

وتعمل جماعات الانتماء كقنوات اتصال داخل المجتمع، إذ يتوفر للفرد الكثير من الأفكار والمعلومات حول النظام السياسي والاجتماعي، وكذلك تساعده في تشكيل اتجاهاته من خلال علاقات الجماعة ببعضها.

كما تلعب الجماعة دوراً حاسماً في المساعدة في تحديد الإدراكات والمفاهيم الأساسية للفرد واتخاذ موقف اتجاه القضايا المحيطة. كذلك يساهم الانتماء للجماعات في تطوير السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام ومفرداتها بصورة واضحة نتيجة للتفاعل الذي يميز جماعات الانتماء. وتعد الجماعة وقواعدها عنصر مقاوم للتغير في سلوكيات واتجاهات أفرادها، مما يساعد على تشكيل العقلية السياسية لهؤلاء الأفراد وبناء مكون معرفي جديد يساعد على استيعاب مفهوم المشاركة والعمل به¹.

وعليه، تبرز أهمية الإعلام على المستوى الدولي في أنها تشمل جميع مجالات ونشر المعلومات في مجالات المعرفة المختلفة كما أنها تؤثر بالمعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية، فوسائل الإعلام لا شك تؤثر بالتفاهم والتعاون الدوليين كما تؤثر في الظروف السائدة في كثير من الدول النامية. كما لها تأثيرها الواضح على الجهود المبذولة لحل المشاكل الأساسية التي تواجه البشرية.

ونظراً لأهمية الإعلام، فقد أصبح حلبة تنافس بين القوى الكبرى باعتباره أداة فعالة لضمان السيطرة، ومن ثم فإن التطورات الحاصلة في هذا المجال باتت محل اهتمام

¹ حنان يوسف، الإعلام والسياسة، مقارنة ارتباطية، مرجع سابق، ص ٩٤،

هذه القوى، كما تجاوز الاهتمام بهذه التطورات إلى حدّ اعتبارها أحد المكونات الأساسية في النظام الدولي.

فلا بدّ إذاً من التركيز على بحث التطورات في النظام الإعلامي الدولي، وفي مقدمتها الثورة التكنولوجية والاتصالية الواسعة، والتي من شأنها أن تؤثر سلباً أو إيجاباً على العلاقة بين الإعلام والسياسة، حيث جعلت العلاقة الاعتمادية بينهما أكثر وضوحاً وقوة.

الفصل الثالث

تأثير وسائل الإعلام في عملية صنع السياسة الخارجية الأمريكية وتنفيذها

منذ أكثر من سبعين عاماً لاحظ "والتر ليبمان" الصحفي الأمريكي المعروف أن الممارسة الديمقراطية قد اتخذت وجهة جديدة، حيث ازداد اهتمام الفاعلين السياسيين باستراتيجيات الإقناع السياسي للمواطنين، وربط "والتر ليبمان" بين الاتساع المتدرج لحقوق التصويت وظهور وسائل الاتصال الجماهيري، الأمر الذي أدى إلى حدوث تحول في طبيعة العمل السياسية، ومن ثم لم يعد من الممكن وفقاً "لوالتر ليبمان" افتراض أن الفعل السياسي المستمد من الإجماع يمكن أن يصل بشكل مباشر دون وسيط إلى الإنسان العقلاني الرشيد، ومن ثم فإن الجماهير هي التي سوف تحدد هذا الفعل من خلال ممارستها للتصويت، ومن خلال التأثير في الرأي العام¹.

ولقيت دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام الأمريكية والعملية السياسية في المجتمع الأمريكي بأبعادها ومستوياتها المختلفة باهتمام كبير في الولايات المتحدة الأمريكية منذ حرب الاستقلال وحتى الآن، الأمر الذي يؤكد هذا الكم الكبير من المناقشات شبه المستمرة على مدى تاريخ الولايات المتحدة حول الجوانب المختلفة لهذه العلاقة، وكذلك هذا الكم الكبير المتنامي باستمرار من البحوث والدراسات حول أدق تفاصيل هذه العلاقة عبر المراحل التاريخية المختلفة.

¹ . Brain McNairy , an introduction to political communication , London , rout ledge , 1999 , p3.

المبحث الأول: الإطار الأيديولوجي والفكري للعلاقة بين الإعلام والسياسة في الولايات المتحدة الأمريكية

يمكن القول إنه ثمة إطاراً أيديولوجياً وفكرياً معيناً قد أحاط بالعلاقة بين الإعلام والسياسة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبلور رؤية مثالية لهذه العلاقة تنطلق من أن وسائل الإعلام الأمريكية وسائل إعلام حرة وفقاً لمتطلبات الحرية والديمقراطية، وهذا يعني أن وسائل الإعلام الأمريكية بعيدة عن التدخل الحكومي المباشر وغير المباشر في عملها. كما أن الحكومة الأمريكية انطلاقاً من هذه الرؤية المثالية تحاول تشكيل رأي عام أمريكي داعم ومساند لسياساتها الداخلية والخارجية، أي إنها توائم سياساتها بما يتماشى مع التطورات التي قد تلحق بتوجهات الرأي العام الأمريكي قدر الإمكان أو التحكم بتوجهات الرأي العام وفقاً لرؤيتها.

وفي ظل هذا الوضع، فإن دور وسائل الإعلام الأمريكية يتمحور حول جمع ونقل المعلومات الصحيحة والدقيقة المتعلقة بمعظم القضايا ذات الاهتمام العام، إلى المجتمع الأمريكي وإنه عبر النقاش الحر المفتوح والواسع النطاق، والذي تشارك فيه وسائل الإعلام يتشكل الرأي العام الأمريكي بصدد هذه القضايا. ويتبلور تبعاً لذلك الموقف الحكومي الرسمي عند أقرب نقطة ممكنة من الرأي العام الأمريكي بصدد هذه القضايا والمسائل.

وتعدّ وسائل الإعلام من أهم المؤثرات التي تشكل الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث ازدادت السلطة السياسية لوسائل الإعلام، وأصبح الرأي العام هو المعيار الأساسي الذي تقاس عليه سلوك الإدارات المتعاقبة، إذ يكون الحكم على برامجها الحكومية بناء على مقدار شعبيتها¹.

وفي الواقع ينظر إلى السياسة الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية على أنها امتداد للسياسة الداخلية، ورغم أن العديد من القرارات والسياسات الخارجية يمكن اتخاذها من

¹ تيودور لووي وبنيامين جينسبرج، الحكومة الأمريكية: الحرية والسلطة، ترجمة عبد السميع عمر زيد الدين ورباب عبد السميع زين الدين، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦، ص ٤٣١.

دون موافقة الرئيس، إلا أنها يجب أن تنفذ باسمه، فهو رأس الدولة ومركز سياستها الخارجية.

المطلب الأول: أبعاد العلاقة بين وسائل الإعلام وعملية صنع السياسة الأمريكية

إن هذه الرؤية الإيديولوجية المثالية كان لها تأثيرها على تحليل العلاقة بين وسائل الإعلام والعملية السياسية في المجتمع الأمريكي بأبعادها ومستوياتها المختلفة، إذ امتد هذا التأثير إلى محاولة وضع معايير لتقييم دور وسائل الإعلام الأمريكية إيجاباً أو سلباً في نطاق العملية السياسية في المجتمع الأمريكي، وهنا ظهرت العديد من التساؤلات التي تدور حول مدى اقتراب أو ابتعاد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية من متطلبات الممارسة الديمقراطية في إطار النظام السياسي الأمريكي.

وبالرغم من الجدل الواسع حول هذا الموضوع في الأدبيات السياسية الأمريكية على المستوى الفلسفي والنظري، إلا أن الخبرة الأمريكية العلمية المتراكمة على مدى يزيد عن قرنين من الزمن، تقدم نماذج متعددة ومتنوعة لأبعاد العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام وعملية صنع السياسة الأمريكية على المستوى الداخلي أو الخارجي.

ويتفاوت موضوع هذه النماذج اقتراباً أو ابتعاداً من النموذج المثالي الأمريكي لهذه العلاقة بالمفهوم المتقدم، ما يعني أن هذه العلاقة كانت دوماً وستظل علاقة متغيرة وليست علاقة ثابتة. وهو ما يقود إلى إثارة العديد من التساؤلات، منها: ما اتجاهات العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام وعملية صنع السياسة الأمريكية؟ هل تسير دائماً في الاتجاه الذي حدده النموذج المثالي الأمريكي لهذه العلاقة بناءً على افتراضات محددة، أم أنها تسير في اتجاهات مختلفة تبعاً للظروف المحيطة بعملية صنع السياسة الأمريكية، وتبعاً لنوعية الموضوع محل الاهتمام، وتبعاً لنطاق هذا الموضوع؟ بمعنى، هل هو خارجي أم داخلي، وتبعاً للتطورات التي تشهدها الحياة السياسية الأمريكية والتطورات الهامة في تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

هذه الأسئلة وغيرها هي ما سيحاول الباحث الإجابة عليها من خلال معالجة القضايا التالية:

أولاً: النموذج الأمريكي للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة الخارجية

تعددت مسارات العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، وتأثرت بالعديد من المتغيرات الجديدة، إذ إن النماذج المتعلقة بقضايا السياسة الخارجية الأمريكية كانت في أغلبها بعيدة في موقفها، عن النموذج المثالي الأمريكي للعلاقة بين وسائل الإعلام وعملية صنع السياسة الأمريكية.

ويرتبط بهذه الظاهرة ظاهرة فرعية أخرى تتمثل في أن صنع السياسة الخارجية الأمريكية قد اتجه باستمرار إلى محاولة التأثير في وسائل الإعلام ودورها، بحيث يتم توظيف هذا الدور في تشكيل الرأي العام الأمريكي باتجاه يتوافق مع السياسة الخارجية الأمريكية¹.

هذا بالإضافة إلى أن التطور التقني الهائل في تكنولوجيا الاتصال والإعلام، والذي أخفى العديد من عوامل القوة على التأثير لوسائل الإعلام على عملية صنع السياسة الخارجية، وخاصة فيما يتعلق بالوزن النسبي الذي يعطيه صانع السياسة الخارجية الأمريكي لدور وسائل الإعلام في سياق هذه العملية.

وقد أدى هذا إلى ازدياد اهتمام صانع قرار السياسة الخارجية الأمريكية ومنفذي ومديري هذه السياسة بوسائل الإعلام، سواء من حيث كونها مصدراً للمعلومات الهامة بصدد توجهات الرأي العام، أو من حيث كونها أداة يمكن توظيفها لخدمة السياسة الخارجية الأمريكية داخلياً وخارجياً².

وتحاول الإدارات الأمريكية التأثير على آراء مواطنيها وتوجيههم إلى حد كبير، إلا أن الجهود المبذولة لتشكيل الرأي العام لم تتحول إلى مهمة حكومية رسمية إلا بعد أن نشبت الحرب العالمية الأولى، حينما قامت إدارة الرئيس "وودر ويلسون" بتأسيس مجلس للرقابة على وسائل الإعلام ووضعت القانون الخاص بالفنن والجاسوسية

¹ سيمون سيرتاني(محرر)، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية، ترجمة محمد مصطفى غنيم، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، الطبعة العربية الأولى، ١٩٩٥، ص ٢٧ . ٣٢.

² Brain McNairy, An introduction to political communication, op., cit., p15.

موضع التنفيذ، كما حاولت قمع المجموعات المعارضة للحرب، مثل تنظيم العمال الدولي والحزب الاشتراكي^١.

وخلال عقد التسعينيات من القرن العشرين وما بعدها، برزت أهمية الحرفية الإعلامية في سياق توظيف وسائل الإعلام لخدمة أهداف السياسة الخارجية الأمريكية، ومن ثم صار للخبير الإعلامي السياسي دور هام في هذا المجال، خاصة وأن الرسالة الإعلامية في هذا الإطار صارت رسالة متعددة الأهداف، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي.

واختلف النطاق الذي يتم في إطاره توظيف الأداة الإعلامية كأداة من أدوات السياسة الخارجية الأمريكية في فترة ما بعد الحرب الباردة، فإذا كان إطار الحرب الباردة محددًا بعلاقة الصديق / العدو، فإن إطار ما بعد الحرب الباردة هو إطار اللاد صديق / اللا عدو، الأمر الذي أدى إلى زيادة تعقيد تصميم الرسالة الإعلامية الموظفة لخدمة أهداف السياسة الخارجية الأمريكية، وهو ما أدى إلى ارتباك في بعض الأحيان للسياسة الخارجية الأمريكية بدا واضحاً في ظل إدارة الرئيس الأمريكي "جورج بوش الابن"^٢.

ثانياً: محددات دور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية

تتعدد الآراء بصدد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية، ومنها^٣:

١. الاتجاه الذي يرى أن وسائل الإعلام هي بمثابة المتغير التابع للسياسة الخارجية الأمريكية، ومن ثم تتلخص رؤية هذا الاتجاه في أن وسائل الإعلام ينحصر دورها في نقل الأخبار والمعلومات التي ترغب أجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية في نشرها.

^١ تيودور لوي وبنيامين جينسبرج، الحكومة الأمريكية: الحرية والسلطة، مرجع سابق، ص ٤٣٥.

^٢ - محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم متغير، القاهرة، مركز البحوث والدراسات السياسية، سلسلة بحوث سياسية رقم ٨٢، القاهرة تموز ١٩٩٤، ص ٢٤.

^٣ - محمد سعد أبو عامود، المرجع السابق، ص ٣٧.

٢. الاتجاه الذي يرى أن طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية هي علاقة صراعية، نظراً لوجود تعارض في الأهداف بين الجانبين. فوسائل الإعلام تسعى إلى الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا السياسة الخارجية ونشرها على أوسع نطاق، وكذلك تسعى إلى تحقيق سبق الصحفي أو الإعلامي من أجل تحقيق مكانة مهنية متميزة، وهو ما قد يتعارض في كثير من الأحيان مع متطلبات وتنفيذ سياسة خارجية فعالة، والتي تتمثل في الحفاظ على سرية بعض المعلومات المرتبطة بالقضايا والمسائل محل الاهتمام في دائرة صنع السياسة الخارجية، الأمر الذي قد يتطلب فرض بعض القيود على الحصول على هذه المعلومات التي ترغب وسائل الإعلام في الوصول إليها.

ويشير أنصار هذا الاتجاه إلى خطورة تسرب بعض هذه المعلومات إلى وسائل الإعلام، وهو ما قد يحدث في كثير من الأحيان، الأمر الذي قد يلحق أضراراً بالغة بخططهم نتيجة الكشف عن معلومات كان يجب ألا تنشر.

٣. الاتجاه الذي يرى أن طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية هي علاقة ضغط متبادل، فوسائل الإعلام قد تقوم بتضخيم بعض القضايا أو المسائل التافهة لدى قطاعات كبيرة من الرأي العام الأمريكي من خلال أسلوبها في عرض هذه القضايا، الأمر الذي يخلق ضغوطاً على أجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية لتبني مواقف واتخاذ إجراءات ليست ذات جدوى بالنسبة للمصالح الأمريكية.

من ناحية أخرى، فإن تناول وسائل الإعلام لبعض القضايا الهامة بالنسبة للسياسة الخارجية الأمريكية قد يؤدي إلى التقليل من أهمية هذه القضايا بالنسبة لقطاعات كبيرة من الرأي العام الأمريكي، الأمر الذي قد يؤدي إلى افتقاد السياسة الخارجية الأمريكية إلى الدعم والمساندة اللازمة لها من الرأي العام فيما يتعلق بمعالجتها لهذه القضايا، بل قد يؤدي إلى خلق معارضة لهذه السياسة.

كما أن أجهزة صنع السياسة الخارجية تحاول ممارسة نوع من أنواع الضغط، على وسائل الإعلام من أجل إبراز بعض القضايا الهامة من وجهة نظرها، والترجيح للرؤية الرسمية لهذه القضايا من أجل اكتساب مساندة الرأي العام لتوجهات السياسة الخارجية الأمريكية.

٤. الاتجاه الذي يرى إمكانية توظيف وسائل الإعلام لخدمة أهداف أجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية، سواء من أجل توفير الدعم والمساندة اللازمة لهذه الأجهزة من جانب الرأي العام، أو في تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية إذ يتيح توظيف وسائل الإعلام مساحة أوسع للقدرة على المناورة وجس النبض والكشف عن نوايا الحلفاء.

ثالثاً: البعد الثقافي في التغطية الإعلامية الأمريكية وتأثيرها في السياسة الخارجية الأمريكية

يستند البعد الثقافي في التغطية الإعلامية الأمريكية إلى نقطتين أساسيتين، هما:^١
١. الوصفية: يتم من خلالها فهم العالم والحكم عليه بالمدى الذي تلتزمه أو تقلده الممارسات والقيم الثقافية والاجتماعية الأمريكية.

٢. الانتقائية - التكوينية: حيث يجري انتقاء صور معينة من ثقافات أجنبية ومن خلالها يتم تكوين تصور عام عن تلك الثقافة.

وتعدّ هاتين النقطتين امتداداً للمدرسة الحداثيّة التي تقسّم العالم إلى مجتمعات تقليدية وحديثة، كما تكشف عن عنصرية ثقافية تقوم على رفض فكرة التعددية الثقافية في العالم، وهو ميل أصبح أكثر وضوحاً منذ نهاية الحرب الباردة. ورغم أن بعض المفكرين الأمريكيين يعترفون بأنّ الثقافة الغربية فريدة لكنها ليست كونية، إلا أنهم يعتبرون أي ثقافة غربية بمثابة تهديد للثقافة الغربية ممهدين بذلك الطريق لظهور نظرية صراع الحضارات التي تحولت إلى مادة نقاش حادة منذ نهاية الحرب الباردة كما أصبحت أكثر وضوحاً في التغطية الإعلامية الأمريكية.

^١ للمزيد انظر: مروان قبلان، البعد الثقافي في تغطية الاعلام الامريكي للمنطقة العربية وتأثيرها في السياسة الخارجية، مقال منشور في

لقد شكّلت عوامل عدة، الخلفية الأساسية لفكرة صراع الحضارات التي روجتها وسائل الإعلام الأمريكية بعد انتهاء الحرب الباردة، كما شكّلت الحاضنة لتغطيتها الإخبارية التي طغى عليها البعد الثقافي، منها^١:

١. تحرر وسائل الإعلام الأمريكية من عبء معاداة الشيوعية وبالتالي إيجاد مساحات واسعة للتعبير عن أفكار وقيم كانت مكبوتة خلال فترة الحرب الباردة.

٢. أسفر الفراغ الإيديولوجي بعد انتهاء الحرب الباردة إلى استبدال العدو القديم (الشيوعية) بالعدو الجديد (الإسلام).

٣. تحول بعض الحركات الإسلامية، مثل تنظيم القاعدة، الذي صنفته الولايات المتحدة الأمريكية كتنظيم إرهابي، بعد أن دعمته بغرض مواجهة الشيوعية، ضد راعيها السابق، وبذلك، أصبحت الولايات المتحدة الهدف الجديد لهذه الحركات.

وفيما يتعلق بدور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية، تركز النقاش خلال فترة الحرب الباردة، حول فكرة مركزية ترى أن وسائل الإعلام تملك قدرة كبيرة على التأثير في صنّاع القرار أو تلعب عنصر مكملاً في صناعة السياسة الخارجية. وبعد انتهاء الحرب الباردة وتبني الولايات المتحدة سياسة أكثر تدخلية، انتقل النقاش

حول فكرة امتلاك وسائل الإعلام لقدرة تأثير أكبر في تحديد الأجندة في مجال السياسة الخارجية، أو أنها تظل أداة بيد صنّاع القرار لترويج هذه السياسة. وهكذا انحصر النقاش بهاتين الفكرتين المتعارضتين، لكنه اكتسب أهمية أكبر لسببين رئيسيين:

١. ظهور تقنيات الاتصال الحديثة التي جعلت التغطية الإعلامية للشؤون الدولية شاملة وفورية واضحة صنّاع القرار وجهاً لوجه أمام تحديات فعلية تتطلب رداً سريعاً.

وقد لوحظت أهمية هذا العامل بشكل واسع في الأوساط السياسية، الإعلامية والأكاديمية على السواء. وأصبح يعرف تأثير تقنيات الاتصال الحديثة في صنع السياسة الخارجية باسم ظاهرة السي إن إن.

٢. انهيار النظام العالمي القديم وظهور نظام دولي جديد. هذا التغيير في النظام الدولي أوجد بيئة جديدة وضعت صنّاع القرار ووسائل الإعلام أمام تحديات جديدة. فقد

^١ للمزيد انظر: مروان قبلان، المرجع السابق.

سمحت نهاية الحرب الباردة لصانع القرار الأمريكي لتصرف على الساحة الدولية بدون قيود. في الوقت نفسه سمح انتهاء نظام الحرب الباردة لوسائل الإعلام بهامش حرية غير مسبوق في تغطية الأحداث الداخلية والخارجية.

فعلى الصعيد الداخلي، اختفى الإجماع على معاداة الشيوعية، الذي استخدم أداة للسيطرة على تدفق المعلومات وترويض وسائل الإعلام. عالمياً، سمح سقوط الستار الحديدي لوسائل الإعلام بالوصول إلى أماكن كانت تعتبر محرمة من قبل مثل البوسنة، كوسوفو، الجمهوريات السوفيتية السابقة و أجزاء أخرى من العالم. ضمن هذه البيئة الجديدة اكتسب النقاش حول العلاقة بين السياسة الخارجية والإعلام اهتماماً متزايداً، واستمد الجدل حول دور وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية اهتماماً أكبر نتيجة مجموعة الشروط التي أفرزها انتهاء الحرب الباردة. كما عكس النقاش في مرحلة معينة القلق المتزايد في أوساط صناع القرار حول الإصرار المتزايد لوسائل الإعلام على لعب دور مهيم في صنع السياسة الخارجية.

رابعاً: أثر عصر المعلومات على العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية

لقد مرّت العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية بالعديد من المراحل، إلا أنه يمكن تحديد لحظة تحول هامة في تاريخ هذه العلاقة تتمثل في حرب فيتنام ونتائجها، والدور الذي لعبته وسائل الإعلام في الكشف عن التورط في هذه الحرب والنتائج السلبية التي تمخضت عنها بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية، ومن ثم يمكن القول بأن مرحلة ما قبل حرب فيتنام اتسمت بسمات معينة لهذه العلاقة، في حين أن مرحلة ما بعد انتهاء الحرب شهدت بداية صورة جديدة لهذه العلاقة، تطورت لتأخذ أبعاداً جديدة في عصر المعلومات.¹

ويذكر "وورن ب ستروبييل" أحد الخبراء الأمريكيين في مجال دراسة العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية ، أنه بالرجوع إلى أكثر سنوات الحرب الباردة

١. محمد سعد أبو عامود، المرجع السابق، ص ٩.

اشتعالاً وخاصة أثناء الأزمة الكوبية العام ١٩٦٢، والتي هددت باشتعال حرب نووية بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفييتي آنذاك، فإن "روبرت ماكنمارا" وزير الدفاع الأمريكي آنذاك قال: إنه إذا ما رجعنا إلى أزمة كوسوفو عام ١٩٩٩ فإننا سنلحظ الدور الواضح لأخبار وسائل الإعلام والمعلومات بصفة عامة، وتناميه في صنع السياسة الخارجية الأمريكية^١.

فمن خلال الرؤى التلفزيونية لعمليات التطهير العرقي للألبان، والدعوة إلى الحرب على الإنترنت وصولاً إلى المناقشات التي دارت في اللجان التي شكلها الرئيس الأمريكي السابق "بيل كلينتون" للمساعدة في وضع خطة للاتصال لتحقيق أهدافه، فإنه يمكن القول بأن وسائل الإعلام قد لعبت دوراً هاماً ومسيطرأ في السياسة الخارجية الأمريكية أثناء الصراع في كوسوفو.

ويمكن القول، بأن هناك تحولاً قد حدث في العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية، تمثل في الانتقال من حالة أقرب إلى التجاهل شبه التام لإمكانية أن تقوم وسائل الإعلام بدور ما في سياق السياسة الخارجية الأمريكية إلى حالة أخرى أقرب إلى الاهتمام بتوظيف إمكانات وسائل الإعلام لخدمة السياسة الخارجية الأمريكية. ويوضح "وورن ب ستروبييل" الجوانب المختلفة لطبيعة العلاقة القائمة حالياً بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية، فيذكر أنه في البداية لا بد من الإشارة إلى أن وسائل الإعلام الثرية والقوية في العالم لا تعني الاستغناء عن القيادة الدبلوماسية القوية بل تتكامل معها.

فالقادة في الولايات المتحدة الأمريكية ربما يحصلون على المعلومات الأولى بشأن الأزمات من خلال محطة CNN الأمريكية مثلاً، بدلاً من القنوات الدبلوماسية التقليدية، ولكن دور الدبلوماسيين يظل ضرورياً لتزويرهم بتقارير سياسية مفصلة حول الجوانب المختلفة لهذه الأزمات من واقع عملهم في مناطق الأزمات هذه. كما أن

¹ - Warren p. Strobel , the media : Influencing foreign policy in the information age V.s foreign policy agenda , an electronic journal of the us department of state vol.5 No.1 March 2000 , p.p.37 : 39.

صانعي السياسة الخارجية الأمريكية يستخدمون أخبار وسائل الإعلام لنقل رسائلهم إلى القادة الأجانب، وخاصة في أوقات الأزمات التي تنقطع فيها الاتصالات الدبلوماسية، ولكن بعض الرسائل يمكن تبادلها من خلال أساليب التبادل الدبلوماسي الأخرى، ومن ثم فإن العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية هي علاقة تكاملية¹.

إن التطورات المعاصرة، سواء على مستوى العملية السياسية في المجتمعات المختلفة أو بالنسبة لوسائل الإعلام وتطورها التقني الهائل، أدت إلى تغيير النظرة إلى وسائل الإعلام من مجرد ملاحظ محايد للمشهد السياسي إلى لاعب سياسي أساسي قادر على صنع المجرى السياسي والموضوعات والقضايا السياسية، وهو ما أدى إلى إعادة التفكير حول دورها في العملية السياسية، وخاصة في عملية صنع السياسة الخارجية وكيفية وضع إطار تنظيمي لنشاطها، وخاصة مع ظهور وانتشار وسائل الإعلام الإلكترونية.

لقد أصبحت وسائل الإعلام مؤسسة سياسية تتكامل يوماً بعد يوم مع عمليات الفروع الثلاثة للحكومة التشريعية والتنفيذية والقضائية، وإن هذه العلاقة قد صارت علاقة محورية. فالإعلاميون اليوم يوجدون حيثما يوجد السياسيون، كما أن دور وسائل الإعلام قد أصبح مؤسسياً خلال العملية السياسية، مؤثراً في صنع السياسة، ومثيراً ومحفزاً للأفعال السياسية.

واتسع دور وسائل الإعلام في السياسة ككل، وفي كل أشكالها ومستوياتها، ومن ثم أصبح من غير الممكن لأي منظمة أن تدخل إلى المجال السياسي المعاصر من دون أن تكون لديها الخبرة والحكمة في فهم كيفية عمل وسائل الإعلام، وآلية العلاقات العامة السياسية المتخصصة المستندة إلى أساليب المعرفة، والقادرة على استعمالها أفضل استعمال².

¹ Ibid., p 41.

² . Brain McNairy, "An introduction to political communication", op., cit., p17.

وقد رصدت العديد من الدراسات الأميركية التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية التغيرات التي حدثت في طبيعة العلاقات بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع وتنفيذ السياسة الخارجية، بدءاً من مؤسسة الرئاسة ووزارة الخارجية، ومروراً بالكونغرس، وصولاً إلى وزارة الدفاع وفروع القوات المسلحة الأمريكية المختلفة. وهي تؤكد هذه الحالة من التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية، وإن كانت هذه الحالة التكاملية قد أخذت أشكالاً متعددة، تبعاً لأهداف أجهزة صنع السياسة الخارجية ولأدوار كل منها في سياق صنع وتنفيذ السياسة الخارجية، وتبعاً لنوعية الموضوع أو القضية محل المعالجة ومدى أهميته بالنسبة لصانع السياسة الخارجية الأمريكية. وبالرغم من أن هذا لم يمنع من حدوث بعض الاحتكاك في بعض الحالات، التي تم استيعابها وعلاجها بوسائل متنوعة¹.

ومن خلال مراجعة وتحليل هذه الدراسات، يمكن الإشارة إلى الملاحظات التالية:

١ . اختلف مفهوم التكامل باختلاف أجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية، واختلاف أدوارها في صنع السياسة وتنفيذ هذه السياسة. فمفهوم مؤسسة الرئاسة للتكامل مع وسائل الإعلام يدور في نطاق توظيف وسائل الإعلام، الذي قد لا يخلو من إمكانية الرغبة في التلاعب وتشكيل اتجاهات الرأي العام باتجاه يتوافق مع أهداف السياسة الخارجية الأمريكية، كما تراها مؤسسة الرئاسة. ويقترب من هذا المفهوم رؤية وزارة الخارجية الأمريكية لهذا التكامل مع وسائل الإعلام، إلا أنه يركز بشكل أكبر على توفير المساندة اللازمة للسياسة الخارجية من الرأي العام الأمريكي، إضافة إلى إمكانية توظيفها للإعلام في نطاق توسيع هامش المناورة في الحركة وجس النبض. أما في الكونغرس، فإن مفهومه للتكامل يتركز حول وجود نوع من الأهداف المشتركة بين الجانبين من حيث متابعة وتقييم السياسة الخارجية الأمريكية، ومن ثم فالتحول في العلاقة بين الكونغرس ووسائل الإعلام هو تحول هام، إذ إنه انتقل من حالة التنافس

¹ . سيمون سيرتاني (محرر)، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، مرجع سابق، ص ١٠٥.

على القيام بالأدوار الذي أشار إليه "فرانك كارينتر" وهو أحد الصحفيين القدامى في القرن التاسع عشر إلى حالة التكامل في القيام بالأدوار بين الجانبين^١. كذلك، تمثل حالة التحول في العلاقة بين وزارة الدفاع والقوات المسلحة الأمريكية ووسائل الإعلام باتجاه التكامل نموذجاً هاماً لجذرية التحول في هذه العلاقة، فبدلاً من حالة التجاهل الواضحة التي كانت قائمة، تركزت حالة الاهتمام بوسائل الإعلام وخلق آليات للتكامل معها في تحقيق أهداف القوات المسلحة، سواء على المستوى الداخلي أو الميداني في حالات الحرب والتدخل العسكري.

٢ . اختلاف مستويات ودرجات التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع وتنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية تبعاً لاختلاف الأهداف والأدوار والقضايا.

٣ . الازدياد المستمر لحاجة كل أطراف العلاقة للأطراف الأخرى من أجل القيام بأعماله وإنجاز أهدافه.

٤ . اختلاف درجة تأثير وسائل الإعلام من حالة إلى حالة أخرى ومن دور إلى دور.

المطلب الثاني: اتجاهات تأثير وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية

إن التحول في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية، قد أثار العديد من التساؤلات حول حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في هذا الصدد، إذ توجد اتجاهات عدة، منها:

١. الاتجاه الذي يرى أن اتساع هذا الدور قد شمل مراحل صنع السياسة الخارجية الأمريكية كافة وصولاً إلى مرحلة تنفيذها ومتابعتها وتقييمها، وإن وسائل الإعلام تعمل في هذا المجال بشكل شبه مستقل، ويساعدها على ذلك ضعف إلمام واهتمام المواطن الأمريكي بقضايا السياسة الخارجية، بالإضافة إلى السند الدستوري الذي يتيح لها التعديل الأول من الدستور لممارسة دورها بدون قيود، إذ ينص هذا التعديل على ما يلي :

^١ . توم بيثل، (محرر)، دور وسائل الإعلام، واشنطن، وكالة الإعلام الأمريكية، ١٩٩٠، ص ١٤.

« لن يسن الكونغرس أية قوانين تتناول إقامة أي دين أو تحرم ممارسته بحرية، أو تحد من حرية الكلام أو الصحافة، أو من حق الناس في الاجتماع سلمياً، وتقدم التماسات إلى الحكومة برفع المظالم». وقد تم تفسير هذا التعديل منذ صدوره بطريقة تبقى الصحافة الأمريكية حرة إلى حد بعيد عن التدخل أو السيطرة أو التنظيم الحكومي. ويرى أنصار هذا الاتجاه أنه نتيجة للتطورات التكنولوجية في صناعة الاتصال والإعلام، والتي أدت إلى زيادة القوة السياسية لوسائل الإعلام، فإن السياسيين وجدوا أنفسهم مجبرين على تشكيل وسائلهم وتصوراتهم السياسية، بما يتناسب وما تطرحه وسائل الإعلام المعاصرة من قضايا ورؤى لهذه القضايا، الأمر الذي كان له تأثيره في المدركات والتصورات الجماهيرية للقضايا السياسية، وفي العملية السياسية بأكملها، ومن ثم فإنه لم يعد التساؤل حول مدى قوة وسائل الإعلام أو ضعفها مناسباً، وإنما السؤال الجديد يدور حول ما ستفعله وسائل الإعلام بما تملكه من قوة.

وإنه بدلاً من الشكوى من ازدياد مساحة الإعلام في العملية السياسية، فإنه يجب الاستفادة بما يتيح هذا الوضع من فرص للفعل السياسي¹.

٢. الاتجاه الذي يرى أنه بالرغم من الاتساع الواضح لدور الإعلام في النطاق السياسي بصفة عامة والسياسة الخارجية بصفة خاصة، إلا أن مؤسسة الرئاسة والأجهزة الحكومية الأمريكية، بما فيها أجهزة صنع وتنفيذ السياسة الخارجية، تمتلك الآليات الفعالة للتحكم في عمل وسائل الإعلام الأمريكية على المستوى السياسي الداخلي والخارجي على السواء.

وبالرغم من أن توازن القوى بين وسائل الإعلام والحكومة قد تغير بشكل أساسي، إلا أن الواقع العملي يشير إلى أن صانعي السياسة هم الذين يقومون بوضع جدول أعمال أخبار وسائل الإعلام، وتقوم أمثلة هامة في هذا الشأن، ومنها أحداث خليج تونكين الشهيرة العام ١٩٦٧، عندما هاجمت المراكب الطوربيدية للفيتناميين الشماليين المدمرات الأمريكية في خليج تونكين، التي استغلها الرئيس الأمريكي السابق ليندون جونسون بصورة كبيرة لكي ينتزع من الكونجرس قراراً يمنحه سلطة كبيرة لتوريط

¹ . Brain McNairy, "An introduction to political communication", op., cit. , p. p12: 3.

الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب الفيتنامية، فقد فشلت وسائل الإعلام في ذلك الوقت في أن تثير أية أسئلة خطيرة، وما زالت بلا رد عما فعلته قوارب طوربيد الفيتناميين الشماليين بالضبط، وإن كانت قد فعلت شيئاً لتبرير الضربات الانتقامية الأمريكية ضد فيتنام الشمالية^١.

٣. الاتجاه الذي يرى أن اتساع دور وسائل الإعلام في نطاق عملية صنع السياسة الخارجية قد أدى إلى إيجاد نوع من التعاون بين وسائل الإعلام وأجهزة صنع وتنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية، وخاصة في وقت الحروب والأزمات القوية. ففي حرب تحرير الكويت العام ١٩٩١ كانت تغطية وسائل الإعلام الأمريكية مؤيدة دائماً للإدارة الأمريكية، وجاء ذلك نتيجة لممارسة الحكومة للرقابة على خروج المعلومات من ميدان القتال والتحكم في التغطية عن طريق السماح للصحفيين بدخول مناطق معينة في ميادين القتال، وعدم تجاوز هذه المناطق، وتحديد قيود صارمة لما عليهم نقله. ويعكس كل من هذه الاتجاهات جانباً من جوانب النظر إلى حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في سياق قد صنع السياسة الخارجية الأمريكية وتنفيذها، واتجاهات تأثير هذا الدور ومستوياته وعلاقاته بأدوار الفاعلين الآخرين في نطاق صنع السياسة الخارجية الأمريكية.

أولاً: التغطية الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية الأمريكية

تثير مسألة التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام للقضايا المتعلقة بالسياسة الخارجية العديد من التساؤلات، منها ما يتعلق بكفاءة قيام وسائل الإعلام بهذه المهمة، ومنها ما يتعلق بمدى تأثير وتأثر أجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية بهذه التغطية، ومنها ما يرتبط بمدى تأثيرها على الرأي العام الأمريكي وتوجهاته بصدده القضايا، فالرأي العام الأمريكي عادة ما يهتم بالشؤون الداخلية، ويتجاهل الشؤون الخارجية؛ وتوضح دراسات الرأي العام أن ثلثي الأمريكيين من العامة على الأقل لا يعلمون شيئاً عن الأخبار الخارجية، حتى ولو كان الوضع خطيراً^٢.

^١ . سيمون سيرتاني (محرر)، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، مرجع سابق، ص ٥١ . ٥٢.

^٢ . دوريس غرابر وآخرون، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، مرجع سابق، ص ٢٩١.

وقد انعكس هذا على اهتمام وسائل الإعلام الأمريكية بأخبار السياسة الخارجية، وخاصة وسائل الإعلام الإقليمية، إذ أوضحت إحدى الدراسات أن أخبار السياسة الخارجية في الصحف ووسائل الإعلام الإقليمية لا يتجاوز اثنا عشر خبراً يومياً. وبمقارنة هذا بالأخبار الداخلية، فإن الأخبار الخارجية لا تأخذ إلا مساحة مختصرة وعرض ووقت محدد أو متوسط في أجهزة الإعلام الإقليمية. إلا أن هناك فرق بين وسائل الإعلام الإقليمية ووسائل إعلام الصفوة أو النخبة، كصحيفة نيويورك تايمز والواشنطن بوست، إذ إنهما يعدان من المصادر الخارجية بالنسبة للقارئ الأمريكي. ويرتبط نشر أخبار السياسة الخارجية بالآثار التي يمكن أن تحدثها على الشؤون السياسية والاقتصادية والثقافية للولايات المتحدة. وهذا ما يؤكد أنه خلال الأزمات، وخاصة الطويلة منها، فإن تغطية الأحداث الخارجية تتضاعف، أما في أوقات الهدوء فإن المعالجة الإخبارية لقضايا السياسة الخارجية تنكمش نتيجة لتراجع اهتمام الجماهير بهذه القضايا، كما أن عدد المراسلين الخارجيين يتقلص، ويتبع ذلك تغطية إخبارية أقل.

من ناحية أخرى، فإن نخبة السياسة الخارجية لدى الدولة، والتي تضم الحكومة وموظفيها، يعتمدون اعتماداً كبيراً على الأخبار الخارجية التي تقوم بتغطيتها وسائل الإعلام. فقد ذكر العاملون في أجهزة صنع السياسة الخارجية الأمريكية أن أول شيء يقومون بعمله في الصباح هو قراءة الصحف، فلا أحد يمكنه العمل في هذا المجال من دون قراءة الصحف، والمقصود هنا صحافة النخبة، وهو ما أكدته كذلك أعضاء الكونغرس المهتمون بالسياسة الخارجية، وموظفو وزارة الخارجية الأمريكية الذين ذكروا أن تقارير صحافة النخبة تجعلهم يعلمون ويحصلون على الأخبار بطريقة أسرع وأفضل من الاعتماد على مصادرهم المكتبية¹.

¹ . Warren P. Strobel, The media: " influencing foreign policy in the information age, op., cit., p.p 37:39.

ثانياً: كيفية صناعة أخبار السياسة الخارجية الأمريكية؟

تمثل مجموعة الصحفيين العاملين بالخارج نقطة البداية لهذه العملية، وهم يقومون بدور حارس البوابة التقليدي في هذا المجال، فهم يجمعون أخبار الشؤون الخارجية، ثم يقومون بتحديد القصص الإخبارية التي عليهم إرسالها إلى وسائلهم الإعلامية والطريقة التي يقومون بنقلها بناء على قيود ومحددات عدة، ولذلك فإن لهؤلاء المرسلين تأثير كبير على تغطية أخبار السياسة الخارجية¹.

وفي ظل هذا الوضع، فإن الأمر يتطلب عدم الاقتصار على دراسة أداء هؤلاء المرسلين فحسب، بل يتطلب التعرف على المصادر التي تمدهم بالمعلومات الأولية لأخبارهم².

كما أن أخبار السياسة الخارجية، تسيطر عليها وكالات الأنباء العالمية التي لها مراكز منتشرة في عدد كبير من دول العالم، إلا أنها ليست موزعة توزيعاً متساوياً، وإنما عادة ما تتركز في العواصم الرئيسية في دول العالم، وتبعاً لأهميتها بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية ومصالحها. إلا أن هذا الوضع لا يمنع من القول بأن وكالات الأنباء العالمية هي التي تضع القاعدة التي على أساسها يقوم كاتبو التقارير بإعداد وكتابة تقاريرهم الصحفية، كما أنه نظراً لأن معدّي هذه التقارير يعملون بين قطاعات متعددة ومختلفة من الجماهير في العالم، فإنهم يتأثرون بالإطار الفكري المحيط بهم وهم يعدون هذه التقارير، ومن ثم تأتي تقاريرهم سريعة ومسهبية بالنسبة للأحداث الجارية، إلا أنهم نادراً ما يقدمون تفسيراً لهذه الأحداث، إذ تترك مهمة التفسير لمرسلين أجنب آخرين.

وثمة عامل آخر يؤثر في صناعة أخبار السياسة الخارجية وهو وجود مجموعة من الصحف ووسائل الإعلام التي تخضع لإدارة واحدة، فقد حدث نوع من التكتل النوعي بين مراسلي الصحف الرئيسية الأمريكية والمحطات الأمريكية الفضائية، الأمر الذي أدى إلى انتشار ثمانية عشر مكتباً إخبارياً يقوم بجمع الأخبار على مدى الأربع

¹ . دوريس غرابر وآخرون، أخبار السياسة وسياسة الأخبار، مرجع سابق، ٢٩٦.

² . Brain McNairy , "An introduction to political communication", op., cit. , p: 12 .

وعشرين ساعة من مختلف دول العالم، وهذا أدى إلى تغطية كبيرة للأحداث الجارية عند حدوثها. وتقدم محطة الـ CNN نموذجاً هاماً في هذا المجال، إذ تنفرد بتغطية الحدث على الهواء مباشرة، ولها تأثيرها على معدي التقارير، وتجعل مقابلاتهم التي يجرونها تتراوح بين السطحية والأهمية، كما أن الوقت المتاح أمامهم لكتابة التقارير محدد، وهو ما جعل تأثير نقل الحدث في ذاته واضحاً أمام الجماهير.

ونادراً ما يتجاوز الصحفيون العاملون في مجال السياسة الخارجية الأمريكية رأي الحكومة أو وجهة نظرها في قضايا السياسة الخارجية، إلا في بعض الحالات الاستثنائية¹.

كما أن هناك ضغوطاً مختلفة تواجه الصحفيين في مجال السياسة الخارجية الأمريكية، كالضغوط الثقافية، والتي تتمثل في أن المرسلين الأمريكيين في الخارج يجب أن يعملوا في ضوء مجال السياسة الأمريكية والثقافة السياسية الأمريكية، ومن ثم فقصصهم الإخبارية يجب أن تكون مطابقة للصور الذهنية الأمريكية المسبقة، وذلك لكي تلقى القبول.

النوع الثاني من الضغوط هو الضغوط السياسية الصريحة والضمنية، والتي تلعب دوراً هاماً في إنتاج ونشر أخبار السياسة الخارجية، وهنا يواجه الصحفيون ضغوطاً من الدول المضيفة، إضافة إلى ضغوط دولتهم. فإذا أراد الصحفي أن يظل في الدولة المضيفة فإنه عادةً ما يكتب تقارير معتدلة بالنسبة لحكومة هذه الدولة، وإن لم يفعل ذلك فعادة ما يتعرض لمضايقات شديدة قد تعوقه عن القيام بعمله.

النوع الثالث من الضغوط هو الضغوط الاقتصادية، وهذه الضغوط تؤثر على عملية نقل الأخبار وعرضها، وخاصة في ظل ارتفاع التكلفة، ومن ثم فبعض الأحداث الهامة قد لا تنقل بسبب عدم إمكانية نقلها بتكاليف رخيصة، في حين أن أحداثاً أخرى غير هامة قد يتم نقلها بسبب أن نقلها ليس مكلفاً².

¹ . Ibid, p p 346 : 347 .

² . Ibid., p. p 348 : 351 .

ولا شك في أن هذه الضغوط التي نضيف إليها الضغوط المهنية المتعلقة بمهنة الإعلام، كالتنافس على الوقت والمساحة وضيق الوقت المتاح في معظم الأحيان لتلبية احتياجات الجماهير للأخبار، وخاصة في أوقات الأزمات الدولية، والرغبة الدائمة في تحقيق سبق الصحفي والإعلامي، فإنه يمكن القول بأن هذه الضغوط تؤثر بدرجات متفاوتة على كفاءة التغطية الإخبارية لشؤون السياسة الخارجية، وقد تصيبها بدرجة من درجات التشويه، كما أنها في كثير من الأحيان تكون محلاً للتوجيه. فمن ناحية يكون مركز أخبار الشؤون الخارجية الأمريكية هو واشنطن، وعندما يكون هناك موقف محل جدال أو نزاع فإن وجهة الرئيس الأمريكي هي التي تسود.

ومن ناحية أخرى، فإن تغطية الأخبار الخارجية في وسائل الإعلام الأمريكية تعطي اهتماماً وتركيزاً غير متساوٍ لدول وأقاليم العالم، وهي تعطي أولوية للدول التي لها علاقات مهمة بالولايات المتحدة. كما أن الأخبار الخارجية تخضع لمعايير متعددة عند القيام بعملية الاختيار، فهناك معيار إعجاب الجماهير، ومن ثم فالأخبار يجب أن تكون متوافقة مع رغبات واهتمام المواطن الأمريكي، بغض النظر عن أهميتها السياسية.

وقد أوضحت دراسة أجراها "هيربرت جيمس" عن أخبار الشؤون الخارجية في وسائل الإعلام الأمريكية أن التغطية تشمل الموضوعات والقضايا التالية¹:

- ١ . تغطية أنشطة الأمريكيين في الخارج، وخاصة عند زيارة الرئيس أو أحد وزرائه لدولة ما، أو زيارة رؤساء ومسؤولي حكومات ما للولايات المتحدة.
- ٢ . الأحداث التي تؤثر تأثيراً مباشراً بالمواطن الأمريكي، كالحروب وأزمات البترول والمشكلات الاقتصادية الدولية.
- ٣ . علاقات الولايات المتحدة بروسيا والدول التي كانت سابقاً ضمن الاتحاد السوفييتي، مع التركيز على المشكلات السياسية الداخلية والمشكلات العسكرية.
- ٤ . تغطية الانتخابات التي تجري في مختلف دول العالم، خاصة الانتخابات التي تتضمن تغييراً في رئاسة الدولة.

¹ Ibid., p 355.

٥ . أخبار الصراعات السياسية، وتلاحظ الدراسة أن أغلب الحروب والانقلابات العسكرية والثورات يتم تغطيتها عندما تكون عنيفة، كما أن الانقلابات اليسارية تستدعي انتباهاً أكثر من نظيرتها اليمينية.

٦ . الأزمات والكوارث، وخاصة إذا كانت تتضمن خسائر كبيرة في الأرواح والممتلكات.

غير أن أخبار الشؤون الخارجية يجب أن تكون جذابة حتى يمكن نشرها وإذاعتها، ومن ثم فالمعايير التي يتم على أساسها اختيار الخبر للنشر هي ما يتضمنه من عنف وصراع أو قصة مثيرة أو شخصية مشهورة.

من ناحية أخرى، فإن مشكلة إنتاج أخبار الشؤون الخارجية هي مشكلة صعبة، نظراً للعدد المحدود من العاملين، ومحدودية إمكانيات البحث، إضافة إلى حاجز اللغة. كما أن الحاجة إلى الإيجاز تعد مهمة صعبة، لأن الأحداث الخارجية الجارية عادة ما يكون من الصعب عرضها بدون إعطاء معلومات أساسية عن الحدث وتفسيره^١.

والواقع، أن تغطية الشؤون الخارجية من خلال وسائل الإعلام الأمريكية تفتقر إلى العمق وتعاني من غلبة وسيطرة الصور الذهنية المسبقة وتبسيط الخبر إلى درجة عالية، بحيث يمكن أن تصل الأخبار والأحداث بصورة مشوهة، وهو ما يكون له أثره السلبي على الجماهير والموظفين الحكوميين الذين يعتمدون على وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالشؤون الخارجية، فهؤلاء قد تخدعهم وتضلهم هذه المعلومات المشوهة وغير الدقيقة.

هذا وتتمثل (جوانب القصور) في تغطية وسائل الإعلام للشؤون الخارجية في أن المراسلين غالباً ما يقومون بتأييد سياسات الحكومة، فوسائل الإعلام الأمريكية عادة ما تقبل بالتقييم الرسمي بشأن من هم أعداء الولايات المتحدة ومن هم أصدقاءها، وتفسر دوافع الأصدقاء والأعداء تبعاً لذلك التقييم الرسمي؛ ويؤكد هذا أنه عندما يحدث تغير في العلاقة بين الولايات المتحدة وإحدى الدول، فإن تغطية وسائل الإعلام الأمريكية لهذه الدولة تتغير. كما أنهم يقومون عادة بتأييد الوضع القائم، إذ توجد لديهم صور

^١ . Ibid., p. 356 .

ذهنية مسبقة بشأن دول العالم، وهم على استعداد تام لمعالجة الأخبار وتقديم التعليقات إذا كانت الموضوعات محل المعالجة تحظى بالشعبية حتى لو أدى هذا إلى تعقد إدارة الحكومة للسياسة الخارجية.

ويؤخذ على التغطية الإخبارية للشؤون الخارجية في وسائل الإعلام الأمريكية أنها غير متوازنة، إذ أنها تركز على الدول الأغنى والأكثر قوة، وهي تقيم الدول الأجنبية على أساس المصالح الأمريكية، مع محاولة محدودة لشرح ثقافة واهتمامات هذه الدول من المنظور الأمريكي الخاص، ومن ثم فهي لا تخلق شعوراً وإحساساً لدى المواطن الأمريكي بحاجات ورؤى ومتطلبات الآخر، كما أنها لا تشجع على احترام حقوق وحرية وكرامة الدول الأخرى، بل على العكس من ذلك، فإنها تشجع الأمريكي على وضع افتراضات وصور ذهنية مسبقة عن الآخر.

كما أن عملية وضع تقارير إخبارية عن الشؤون الخارجية يعوزها الإحساس بالتاريخ ومعنى الحدث الهام، الأمر الذي يؤدي إلى خلط الأمور على الجماهير، وبالتالي إذا افترضنا أن المعلومات الأفضل ستؤدي إلى سياسات أفضل، فإن النقص في تغطية أخبار السياسة الخارجية سوف يؤدي إلى سياسات أسوأ.

المبحث الثاني: دور وسائل الإعلام في وضع جدول أعمال السياسة الخارجية الأمريكية

إن وسائل الإعلام الأمريكية ومن خلال تغطيتها لقضايا السياسة الخارجية الأمريكية، تنشئ مناخاً سياسياً خاصاً من خلال العملية التي تؤثر فيها قصص الأخبار على كيفية إدراك الناس وتقييمهم لهذه القضايا، ومن ثم فإن وسائل الإعلام تسهم في وضع جدول أعمال السياسة الخارجية وبنائه.

ومن النادر أن يثير الصحفيون الأمريكيون الجدل حول قضايا السياسة الخارجية الأمريكية عندما تتفق النخب السياسية الأمريكية بشأنها، أما وعندما تكون هناك قضية محل نزاع بين النخب السياسية، فإن الصحفيين عادة ما يأخذون جانباً ويعطون للناس مبررات ذلك، ويحولون القضية إلى قضية سياسية واقعية. وبهذا المعنى، فإن وسائل الإعلام لا تضع جدول أعمال العامة في حالة الخلاف بين النخب السياسية، وإنما تحول قضية خلاف النخب إلى خلاف عام.

وهكذا نجد أن الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام الأمريكية، في وضع جدول أعمال السياسة الخارجية الأمريكية هو دور تكاملي، فوسائل الإعلام تعمل على توفير المناخ الملائم للتأثير على صناع السياسة الخارجية، ولكن النجاح الأساسي في هذا المجال يتوقف على الأدوار الأساسية التي يلعبها الفاعلون السياسيون. وقد تساعد وسائل الإعلام بعض القوى السياسية وتناصرها بحيث تسهل من تأثير تلك القوى على صناع السياسة الخارجية، كما أنها قد تقف في وجه بعض القوى السياسية الأخرى، الأمر الذي يقلل من قدرتها على التأثير.

المطلب الأول: دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام بصدد السياسة الخارجية الأمريكية

وهناك ظاهرة تقلل من تأثير الصحفيين ووسائل الإعلام في عملية صنع السياسة الخارجية، وتتمثل في اتجاه أغلب الصحفيين إلى جذب اهتمام الجماهير واكتساب الشعبية من خلال تقديم قصص إخبارية جذابة، حتى لو كان ذلك على حساب أهداف

أخرى، الأمر الذي يفقدهم مصداقيتهم ويضعف من قدرتهم على التأثير في صنع السياسة الخارجية الأمريكية^١.

والحقيقة أن الحكومة تسيطر على الانطباع الأول، كما أنها تمارس تأثيراً واضحاً على تدبير الصفقات وعرض الأخبار، فهي ليست مجرد سلطة تضيي السرية على ما لا تريد أن يعرفه الجمهور، بل وبإمكانها أن ترفع السرية عن الأخبار كلما كان ذلك مفيداً لأغراضها^٢.

ولا يقتصر دور الحكومة والرئيس الأمريكي على وضع جدول أعمال السياسة الخارجية فحسب، وإنما يمتد لوضع جدول أعمال أخبار السياسة الخارجية في وسائل الإعلام. ومن الأمثلة على ذلك، تسريب معلومات متعلقة بالأمن القومي الأمريكي، سواء عن قصد أو عن غير قصد، ففي الحالة الأولى يرى "جون والاتسن" محرر الشؤون الخارجية لصحيفة هيرست الأمريكية، أن طبيعة حدوث التسريبات وكثرة وقوعها أقل أهمية من الأهداف التي ربما تكون مصادرها تسعى إليها، ويلاحظ أن قدراً كبيراً من المعلومات الأكثر سرية يجري تسريبها عن عمد بواسطة الحكومة في محاولة لاستعمال أخبار وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها، وما تقوم به الحكومة في هذا الصدد يفوق ما يتم إنشاؤه بواسطة وسائل الإعلام، ومن ثم فإن الحكومة، وخاصة الرئيس الأمريكي، يلعب دوراً هاماً في وضع جدول أعمال التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام لقضايا السياسة الخارجية الأمريكية في كثير من الأحيان.

فالبيت الأبيض يستثمر نشاطاً ووقتاً كبيراً في محاولته لتشكيل اهتمام وسائل الإعلام، فهو يزود الصحافة بأخبار ملخصة وبمعلومات عن خلفيات الأحداث وإطلاق هذه الأخبار للصحافة واللقاءات الصحفية والمؤتمرات الصحفية لكبار المسؤولين، بما فيهم الرئيس، بالإضافة إلى الجهود المبذولة لتنسيق الأخبار بين فروع السلطة التنفيذية المختلفة، وكل هذه بمثابة وسائل تتبعها الحكومة الأمريكية لتشكيل اهتمام وسائل الإعلام ووضع أجندة أخبار السياسة الخارجية لوسائل الإعلام.

^١ . سيمون سيرتاني، "وسائل الإعلام والسياسة الخارجية"، مرجع سابق، ص ٢٨ - ٣٠.

^٢ . المرجع السابق، ص ٥١ - ٥٥.

وفي الحالة الثانية، ورغم أن الحكومة هي المصدر الأول للتسريب، وهذه مسألة خطيرة وتستدعي عمل سريع وفعال عندما تحدث، إلا أنه حتى ولو كانت هي المخطئ الأول، فإن المخبرين الصحفيين غالباً ما يكونون شركاء بإرادتهم من أجل انتزاع المعلومات البالغة السرية، وعندما ينجحون في ذلك، فإنهم يلقون اللوم على الذين قاموا بتسريب الأخبار ويرفضون تقبل أي مسؤولية شخصية أو مهنية¹.

من ناحية أخرى، فإن تأثير تكنولوجيا عصر المعلومات في مجال الاتصال والإعلام يلعب دوراً هاماً في برنامج عمل السياسة الخارجية الأمريكية بصدد بعض القضايا، كما حدث عام ١٩٩٩ بالنسبة لمنظمة التجارة العالمية عندما نجحت الجماعات النقدية في استخدام الانترنت لتنظيم معارضة منظمة لهذه المنظمة.

وتتعدد القوى السياسية التي تقوم بتشكيل الرأي العام حول السياسة الخارجية الأمريكية، ومن أهمها: الرئيس وأجهزة السلطة التنفيذية ومراكز البحوث والدراسات بأنواعها المختلفة، ومنها مراكز بحوث استطلاع الرأي العام وقياس توجهاته، والجمعيات الأهلية غير الحكومية، وخاصة المعنية بقضايا السياسة الخارجية، إضافةً إلى جماعات المصالح والضغط وبعض المؤسسات الاقتصادية التي يرتبط نشاطها بالأوضاع الدولية، فضلاً عن وسائل الإعلام الأمريكية، سواء التقليدية كالصحف والإذاعة والتلفزيون، أو وسائل الإعلام الجديدة الناتجة عن ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال كالانترنت.

والواقع، أن لكل هذه القوى دور في تشكيل الرأي العام الأمريكي بصدد قضايا السياسة الخارجية، وبالطبع تختلف طبيعة هذا الدور ومدى تأثيره من مرحلة إلى مرحلة ومن قضية إلى قضية، إلا أن لوسائل الإعلام وضعية خاصة في سياق عملية تشكيل الرأي العام، وتتمثل في تعدد مستويات دورها في هذه العملية، ووجودها المستمر في كل عمليات تشكيل الرأي العام، بخلاف القوى الأخرى التي تلعب أدواراً محددة في نطاق هذه العملية².

¹Warren P. Strobel, The media: "influeneing foreign policy in the information age, op., cit., p.p 57-59.

² Ibid., p13.

وفي هذا الصدد، يشير الباحث إلى أن لوسائل الإعلام مستويين من التحليل، الأول: كقوة من قوى صناعة وتشكيل الرأي العام، من خلال ما تقوم بنقله من أخبار ومعلومات وتحليلات بصدد قضايا السياسة الخارجية، والثاني: من خلال دورها في سياق أدوار القوى الأخرى الفعالة في نطاق هذه العملية، إذ إن كلاً من هذه القوى يحاول استخدام وتوظيف وسائل الإعلام في نقل أفكاره ورؤاه بصدد قضايا السياسة الخارجية، ومن ثم فمن المهم أن تأخذ في الاعتبار هذين المستويين في التحليل. فمن حيث المستوى الأول المتعلق بالدور المستقل لوسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، يمكن القول بأن قوة وسائل الإعلام في هذا المستوى تتركز في قدرتها على تشكيل رؤية الإنسان عن العالم الذي يحيط به، وبالتالي تشكيل الاتجاهات، بمعنى ماذا تحب؟ وماذا تكره؟ وماذا تؤيد؟ وماذا تعارض؟.

ومن ثم فدور وسائل الإعلام عن هذا المستوى يتمثل في تشكيل إدراك الرأي العام وقواه المختلفة لقضايا السياسة الخارجية، بمعنى الكيفية التي يفهم بها الناس هذه القضايا. والجدير بالذكر أن هذا التأثير لا يقتصر على العامة، وإنما يمتد إلى القوى الأخرى الفعالة في هذا المجال، وهذا المستوى يمثل أهم جوانب تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام¹.

وهناك جوانب متعددة لدراسة دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام الأمريكي فيما يخص سياسة بلدهم الخارجية، منها:

مدى تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام باتجاه يتطابق أو يتعارض مع التوجهات الرسمية للسياسة الخارجية الأمريكية، إذ أن التغطية الإعلامية للأحداث تقوي وتعزز قوة الرئيس الأمريكي في مجال السياسة الخارجية عندما تكون متطابقة ومنسجمة مع سياسته، وأن خياراته تكون محدودة عندما يحدث تعارض بين الأخبار الإعلامية وسياسته، ويرجع ذلك إلى أن الرأي العام في الحالة الأولى يكون قد تمت تهيئته لقبول السياسة الخارجية الرسمية، من خلال التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، في حين أنه في الحالة الثانية يكون غير مهياً لتقبل هذه السياسة.

¹ Ibid., p14.

وتعتبر موضوعات السياسة الخارجية التي تكون وسائل الإعلام متمتعة بقدرة أكبر على تشكيل الرأي العام بصدها، هي التي ترتبط بالقصص والصور الإخبارية التلفزيونية التي تثير اهتمام المواطن الأمريكي العادي، وتثير تعاطفه مثل معاناة المدنيين في المناطق المليئة بالحروب؛ كذلك، يزداد التأثير عندما تمثل القصص الإخبارية التي يشاهدونها أو يسمعونها تحدياً شديداً للصور الذهنية المسبقة لديهم.

وفي هذا الجانب يلعب العامل التقني والمهارة في إعداد الرسالة الإعلامية دوراً كبيراً في تكوين وتشكيل الرأي العام حول هذه القضايا. إذ أن القصص الإخبارية المصممة بدقة وذات بعد درامي تؤثر تأثيراً واضحاً في تشكيل الرأي أو تغييره.

كما أن هناك ما يمكن أن نطلق عليه المستوى الثاني، لدور الإعلام في تشكيل الرأي العام، والذي يتمثل في كيفية تعامل القوى الأخرى الفاعلة في تشكيل الرأي العام مع وسائل الإعلام، لتوظيفها في تشكيل الرأي العام بصدد قضايا السياسة الخارجية الأمريكية، بما يتوافق ورؤيتها وتوجهاتها.

وهناك تركيز واضح في هذه الدراسات على الدور الذي يقوم به الرئيس الأمريكي، إذ يعدّ الفاعل الرئيس الأول في تشكيل الرأي العام، إضافة إلى وسائل الإعلام، كونهما يزودان العامة بالمعلومات والصور الذهنية التي تؤثر في الرأي العام، والرئيس يحاول السيطرة على المعلومات لكونه قائد السياسة الخارجية من خلال انشغاله بأنشطة عامة متعددة، مثل الخطب والمؤتمرات الصحفية والزيارات الخارجية لدول أجنبية وغيرها، وهو ما يتيح له تزويد العامة بتيار متدفق ومرئي من المعلومات لجذب اهتمامهم بأداء الرئيس وتوجهاته، وهو يستخدم وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون، في نشر هذه المعلومات.

كما أن بعض التغيرات التي حدثت في علاقة بعض القوى الأخرى المؤثرة في تشكيل الرأي العام بوسائل الإعلام كالجيش الأمريكي وأجهزة الإدارة الأمريكية الأخرى، إذ صار واضحاً الاهتمام الكبير الذي توليه هذه الأجهزة لوسائل الإعلام من أجل كسب الرأي العام وتشكيله باتجاه يتوافق مع توجهاتها، وتصل إحدى الدراسات إلى القول بأنه

حتى لو افترضنا أن وسائل الإعلام ليس لها تأثير في صنع الرأي العام والسياسة الخارجية فإنه لا يمكن صنع هذه السياسة بدونها. وتتحول وسائل الإعلام عند مستوى معين إلى أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية، وفي هذا المستوى تتعدد الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام: فهناك الدور الدعائي الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية الحكومية على المستوى الخارجي، والتي يقتصر نشاطها على العمل خارج الولايات المتحدة بحكم القانون والدستور الأمريكي، الذي يمنع السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، إذاعة صوت أمريكا، ووكالة الإعلام الخارجي الأمريكية نماذج واضحة في هذا المجال، إذ يقتصر بث الأولى على المستوى الخارجي، وتطرح من خلال أخبارها وتغطيتها للأحداث وتعليقاتها وجهة نظر الحكومة الأمريكية بصدد قضايا السياسة الخارجية وأحداث العالم المختلفة.

كما تقوم وكالة الإعلام الخارجي الأمريكية بدور هام في هذا المجال حيث توفر لوسائل الإعلام الأجنبية وللباحثين والمحللين الأجانب كافة المعلومات التي يحتاجون إليها بصدد المواقف الأمريكية الرسمية تجاه القضايا المختلفة، بما فيها القضايا السياسية الخارجية.

وقد بلغ الدور الدعائي لوسائل الإعلام الأمريكية الذروة خلال الحرب الباردة، لدرجة أن بعض المحللين يرون أن وسائل الإعلام كانت من الأدوات الهامة للسياسة الخارجية الأمريكية في إدارة الصراع مع الاتحاد السوفييتي ودول الكتلة الشرقية، وأنها ساعدت على إضعاف تماسك مجتمعات هذه الدول وتفككها بعد ذلك. والملاحظ أن هذا الدور الدعائي لا يقتصر على الأعداء من أجل إضعاف روحهم المعنوية فحسب، وإنما يمتد إلى الأصدقاء والحلفاء لتقوية تحالفهم ومواقفهم المؤيدة والداعمة للولايات المتحدة¹.

وفي الفترة الأخيرة، عادت الولايات المتحدة إلى استخدام هذا الأسلوب تجاه بعض الدول التي ترى الإدارة الأمريكية أنها معادية للولايات المتحدة، على الأقل من وجهة النظر الأمريكية، كدول العالم الإسلامي. وثمة دور آخر من الأدوار التي تقوم بها

¹ . محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسية في عالم متغير . مرجع سابق، ص ١٨ . ٢٣ .

وسائل الإعلام في نطاق تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية، يتمثل في قيامها بتهيئة الرأي العام والمجتمع الأمريكي للتعامل مع بعض القضايا الخارجية التي ترغب الإدارة الأمريكية في التعامل معها.

وعندما يضع الإعلاميون برنامج عملهم، والذي يتضمن الأحداث الدولية أو الخارجية التي ينبغي تغطيتها تغطية ملائمة، والأحداث التي يمكن تجاهلها أو إعطاؤها مساحة محدودة من الاهتمام، فإنهم يرجعون إلى السياسيين والموظفين الحكوميين والحكومة للاسترشاد في تحديد برنامج عملهم أو تحديد الأحداث الخارجية ذات الأهمية بالنسبة للولايات المتحدة، والتي يجب عليهم أن يقدموا تغطية واسعة لها باعتبارها أحداثاً هامة تلقى اهتمام المواطن الأمريكي، أو يجب أن تلقى اهتمام المواطن الأمريكي، من وجهة نظر الإدارة الأمريكية¹.

ولا يقتصر الأمر على هذه الأدوار، وإنما يمتد إلى ما يطلق عليه بعض المحللين "ديبلوماسية وسائل الإعلام"، إذ يبادر بعض الإعلاميين بالقيام بدور مباشر في البدء بتنفيذ سياسة معينة، من خلال اتصالات يجرونها مع بعض الزعماء الأجانب بصدد قضية أو موضوع معين يمثل موقفاً هاماً على أجندة السياسة الخارجية الأمريكية. والمثل الواضح في هذا الشأن يتعلق بما قام به الصحفي الأمريكي "والتر كرونكيت" عام ١٩٧٧ من الحصول على وعد من الرئيس المصري الأسبق "أنور السادات" خلال مقابلة تلفزيونية معه، بأنه قد يزور القدس لو كان ذلك سيحقق السلام؛ كما حصل في مقابلة أخرى منفصلة مع "مناحيم بيغن"، رئيس وزراء "إسرائيل" الأسبق، على تصريح يرحب فيه باستقبال الرئيس "أنور السادات" شخصياً في مطار بن غوريون.

ويصل أحد المحللين إلى نتيجة مؤداها أن هذه الالتزامات المتبادلة التي استخدمها "والتر كرونكيت" صنعت مشهد الاجتماع الذي حدث بعد ذلك، فعندما جاء "أنور السادات"، إلى القدس، كان هناك شبكات أمريكية وألفي صحفي من مختلف بقاع العالم ليشهدوا وينقلوا هذا الحدث، وقد تمت تغطيته على الهواء مباشرة في التلفزيون والإذاعة

¹ - نعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام، تعريب أهمية عبد اللطيف . القاهرة، مكتبة الشروق الدولي، الطبعة الأولى

الأمريكية. وبعد ذلك بأسابيع تبين أن أكثر من ثلاثين مليون مواطن أمريكي قد شاهدوا "عملية صنع السلام" وكونوا رأيهم بشأنها.

ودبلوماسية وسائل الإعلام تسهل من المفاوضات التي قد تنهار عند مستوى دبلوماسي معين، من خلال ما قد تطلقه من أفكار ومشروعات جديدة بشأن هذه المفاوضات. وهكذا تتعدد الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام الأمريكية في نطاق تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية.

وازدادت الدراسات المتعلقة بتحليل العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام من جانب، والسياسة الخارجية الأمريكية من جانب آخر، خلال الفترة الأخيرة، وقد قدمت هذه الدراسات بعض النتائج المهمة المختلفة عما كان سائداً خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين.

فلقد كان الشائع هو أن المواطن الأمريكي العادي لا يهتم بقضايا السياسة الخارجية، وهو ما أثبتت الدراسات الجديدة عكسه، إذ توصلت إلى أنه من الصعب القبول بهذه الأحكام، أي أن المواطن العادي يلعب دوراً هاماً في انتخاب الرئيس وتقييم سياسته، ومن ثم فالمواطن العادي والرأي العام هو عنصر هام ضروري ومؤثر في النظام السياسي الأمريكي.

وكان الاهتمام بقضايا السياسة الخارجية الأمريكية في الماضي القريب مقتصرًا على النخبة التي كانت تعتمد على الصحف، والتي لديها الخبرات واهتمامات ومستوى تعليمي مرتفع تجعلها ذات مناعة تجاه تأثير وسائل الإعلام. ولكن الوضع تغير حالياً، ففي ظل الحجم الكبير من المعلومات عن قضايا السياسة الخارجية التي تعرضها وسائل الإعلام المختلفة، فإن أعداداً كبيرة من المواطنين العاديين صارت على دراية إلى حد ما بالأحداث الخارجية الجارية، الأمر الذي أدى إلى اتساع نطاق دورها في السياسة الخارجية¹.

وعند تقييم السياسة الخارجية الأمريكية من جانب المواطن الأمريكي العادي ودور وسائل الإعلام في هذا الشأن، فإنه من المهم معرفة، كيف يرى المواطن العادي العالم

¹ دوريس غرابر وآخرون، أخبار السياسة وسياسة الأخبار، مرجع سابق، ص ٣٠١.

من حوله؟ وكيف يحكم الناس على سياسات قادتهم في عصر لا توجد فيه حواجز بين الشؤون الداخلية والخارجية؟، وهذا يتعلق بما يسمى "دور القيم الأساسية الأمريكية" فيما يتعلق بالسياسة الخارجية، وقنوات المعلومات التي يحصل المواطنون من خلالها على المعلومات بصدد قضايا السياسة الخارجية، والسلام والأمن هما المعيار الأساسي في تقييم المواطن العادي لأداء وسياسات الرئيس الخارجية.

ويعتمد المواطن الأمريكي العادي أساساً على الأنشطة الرئاسية والتغطية الإخبارية لوسائل الإعلام لأحداث السياسة الخارجية، والتي تزوده بتيار مستمر من المعلومات عن هذا الجانب المعقد من السياسة.

ويقيم الأشخاص السياسة الخارجية وأداء الرئيس من خلال توقعاتهم التي تتشكل من خلال المعلومات عما يمكن أن يقدمه لأكثر الموضوعات أهمية بالنسبة لهم وبالنسبة لأهداف السياسة الخارجية، وهما السلام والأمن، ومن ثم فهم يقيمون السياسة الخارجية وأداء الرئيس وفقاً لمدى تحقيق وتأکید الأمن والسلام، لأنهم يعتقدون أن الرؤساء يمتلكون الوسائل الضرورية لتحقيق هذه الأهداف.

وفيما يتعلق بالمعلومات التي يستند إليها المواطن الأمريكي للتوصل إلى حكم في هذا الصدد، فإن تقييم النخب السياسية، وتعليقات وسائل الإعلام، وتوضيحات الرئيس لهذه المعلومات، هي التي تحدد المعلومات التي يعتمدون عليها في تقييمهم للسياسة الخارجية.

وبالإضافة إلى تحقيق السلام وتأکید الأمن، فإن أنشطة الرئيس والتغطية الإخبارية تشكل معايير أخرى لتقييم السياسات الخارجية. فعندما تخصص شبكات التلفزيون وقتاً أكبر وأكثر ملائمة ومخصصاً لقصص الأخبار الرئاسية، فإن هذا يضع الرئيس وسياساته في إطار إيجابي وبالتالي تزداد المساندة العامة لسياسات الرئيس؛ وفي الاتجاه المضاد، فإن الوقت والمعالجة التي يتم تخصيصها لإلقاء الضوء على فشل سياسات الرئيس الخارجية تؤدي إلى انخفاض أكبر في المساندة العامة لها.

كما أن الرأي العام الأمريكي يكافئ الرئيس الذي يتبع سياسات مصممة للدفاع في مواجهة التحالف الدولي ضد الولايات المتحدة، والتي يخصص موارد كافية لتحقيق أمن

الولايات المتحدة، كما أنه لا يعطي تقييماً عالياً للسياسات التي تقود الأمة للتدخل في الصراعات الداخلية لدول أخرى.

وأخيراً، تجدر الإشارة، إلى أن خطب الرئيس الأمريكي وقدرته الإقناعية العالية، والسفر إلى الدول الأجنبية، واستخدام القوة، والتغطية الإعلامية الإيجابية لهذه الأنشطة ترفع المساندة للسياسات الخارجية، ومن ثم تعطي تقييماً عالياً من قبل الرأي العام.

المطلب الثاني: تعاطي وسائل الإعلام الأمريكية مع أحداث ما بعد أحداث الحادي عشر من أيلول (الإرهاب . احتلال العراق)

جاءت أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١ لتبلور اتجاهها جديداً بالنسبة للتقاليد والمثل الأمريكية في هذا الشأن، إذ شهدت الساحة السياسية الأمريكية لأول مرة في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية، تقييداً قانونياً واضحاً في مجال الحريات العامة، وخاصة حرية الرأي العام والتعبير.

إلا أن هذا ليس بجديد، فالإعلام الأمريكي توافرت آليات عديدة لتقييده قبل أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١، واستمرت بعد هذه الأحداث، وهذا التقييد الثانوي لا يضيف جديداً بقدر ما يعبر عن واقع قائم بالفعل، ومن أبرز المحللين الذين عبروا عن هذا الرأي "نعوم تشومسكي" الذي تناول هذا الموضوع في العديد من الدراسات والمقالات الصحفية، موضحاً مدى السيطرة الأمريكية الحكومية وشبه الحكومية على وسائل الإعلام الأمريكية وآليات هذه السيطرة، وكيف تنامت بعد أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١، ومن ثم فهذه الأحداث وفرت ظروفاً مؤاتية لنمو هذا الاتجاه، ولم تكن عاملاً لإيجاده في الواقع السياسي الأمريكي^١.

وقد دفعت هذه الأحداث الإدارة الأمريكية إلى البحث عن الوسائل والأساليب التي تحول دون تكرارها، بل وضرورة أن تتوفر لديها القدرة على استباق هذه الأحداث قبل وقوعها، من خلال تبني استراتيجية وقائية ضد القوى التي تمثل تهديداً للأمن القومي الأمريكي، وفقاً لرؤية الإدارة الأمريكية في هذا الشأن.

^١ . حديث نعوم تشومسكي حول أحداث أيلول، القاهرة ، أكاديمية الفنون، مركز اللغات والترجمة، ٢٠٠٣، ص ١١٨ . ١٢١ .

والواقع أنه عند الاستناد إلى مفاهيم التحليل السياسي لتفسير موقف الإدارة الأمريكية من أحداث الحادي عشر من أيلول ٢٠٠١، يمكن القول بأن الإدارة الأمريكية واجهت ربما لأول مرة في تاريخها معضلة المفاضلة بين الأمن والحرية، والتي تمثل بأبعادها ومستوياتها المختلفة القيمة العليا بالنسبة للمجتمع الأمريكي، وأن شأنها شأن أية سلطة سياسية أخرى قد اختارت وانحازت إلى متطلبات الأمن والحفاظ عليه، وهو أمر طبيعي يحدث في كل المجتمعات والدول. وخاصة في أوقات الأزمات الحادة التي تتعرض لها.

كانت أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١، من الأزمات الكبيرة التي أحدثت هزة عنيفة في المجتمع الأمريكي، وللإدارة الأمريكية على وجه الخصوص، إذ إنها مثلت تحدياً مباشراً لشرعية هذه الإدارة في قضية بالغة الحساسية وهي أمن المواطن الأمريكي الذي يرى أن للإدارة الأمريكية القدرة على تحقيقه، بل إن هذا الأمر يعد من المعايير الأساسية التي على أساسها يتم تقييم أداء الرئيس ورجاله على مستوى السياسة الخارجية.

والواقع أن الإشكالية التي برزت بالنسبة للإدارة الأمريكية في هذا الشأن تتمثل في تساؤل منطقي، وهو إلى أي حد تواجه الولايات المتحدة مشكلة أمنية في ظل الظروف القائمة على المسرح الدولي؟ حيث تتبوأ الولايات المتحدة موقع القوة العظمى الوحيدة، وما هي المصادر الحقيقية للتهديدات بالنسبة للأمن القومي الأمريكي؟

وقد تعاملت الإدارة الأمريكية مع هذا السؤال المعضلة بتسطيح وتبسيط واضح، إذ أقرت بوجود تهديدات حقيقية للأمن القومي الأمريكي، وأن مصادر هذا التهديد هو كائن هلامي غير محدد المعالم وغير محدد المكان، أطلقت عليه تسمية "الإرهاب"^١. واستخدمت وسائل الإعلام الأمريكية الضخمة في الترويج لهذه الرؤية بشكل مكثف، الأمر الذي أدى إلى غياب الوعي والقدرة على التمييز بين ما يمثل تهديداً حقيقياً للأمن القومي الأمريكي وبين ما لا يمثل تهديداً، ومن ثم نجحت آلة الإعلام الأمريكي

١. محمد علي الحوات، "الإعلام والإرهاب في ضوء أحداث الحادي عشر من أيلول، مجلة الدراسات الإعلامية"، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية والسكان والبيئة، القاهرة، العدد ١٠٩، أيلول، تشرين أول ٢٠٠٢، ص ١٤ - ١٦.

في خلق تصورات ومدرجات ذهنية لدى المواطن الأمريكي والرأي العام الأمريكي بصدد الإرهاب والقائمين به، وبالتالي من الضروري حدوث إجماع وطني أمريكي حول ضرورة التصدي للإرهاب ومواجهة القوى الإرهابية، وفقاً للرؤية الأمريكية، في كل مكان في العالم^١.

وثمة محاولات لتفسير هذا الأسلوب الذي اتبعته الإدارة الأمريكية بالقول إن الإدارة الأمريكية لجأت إلى استراتيجية معينة في إدارة أزمة الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١، وهي الاستراتيجية المعروفة في عالم الأزمات باستراتيجية "تحويل مسار الأزمة"، ومحاولة توظيفها لتحقيق أهداف كان يصعب تحقيقها من قبل، وفقاً لكولن باول وزير الخارجية الأمريكية الأسبق.

ومن هنا، كان توظيف الإعلام من قبل الإدارة الأمريكية في هذا الاتجاه والذي تبلور على المستوى الاستراتيجي بما يسمى بالإعلان الإمبراطوري الأمريكي، والذي تضمن الرؤية الاستراتيجية لأمن الولايات المتحدة وموقعها في العالم، ورؤيتها بصدد إعادة ترتيب الأوضاع في العالم بما يتلاءم والدور الإمبراطوري الأمريكي الجديد.

ويرصد "دوارد سعيد" المفكر العربي الأمريكي الجنسية، بعض المظاهر ذات الدلالة الهامة في هذا الصدد، إذ يذكر أن الولايات المتحدة تحاول القيام بهذا الدور الإمبراطوري بإصرار غريب على البراءة وحسن النية المطلق وإنكار الذات الذي يصل إلى حد القدسية، ويصف هذا الوضع بأنه وهم عصابي مقلق يقوم بخدمته فريق جديد من المثقفين اليساريين أو الليبراليين سابقاً، الذين لهم تاريخهم في معارضة حروب أمريكا الخارجية، لكنهم اليوم يدافعون عن "الإمبراطورية الفاضلة" هذه بأساليب كثيرة تمتد من الزعيق الفج باسم الوطنية إلى التبريرات الملتوية اللا أخلاقية من جوهرها. ويضيف بأنه كان لأحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١، دورها في هذا الانقلاب، لكن الغريب أن تلك الأحداث الرهيبة تعمل وكأنها أتت من لا مكان، وليس من عالم ما وراء البحار دفعه إلى جنون التدخل الأمريكي والحضور الأمريكي في كل

^١. محمد علي الحوات، المرجع السابق، ص ١٧.

مكان. ويشير إلى أن الغياب التام للبعد التاريخي والالتزان عن كل التحليلات المتظاهرة بالجدية لردود الأفعال الأمريكية في أفغانستان والعراق^١.

وتفسير الظواهر التي يرصدها "ادوارد سعيد" يتمثل في أن المخطط الإعلامي الأمريكي يدرك أن ما يدعو إليه يتناقض مع القيم والمثل السياسية الأمريكية التي قامت عليها الولايات المتحدة الأمريكية، ومن ثم فلا بد من أن تتم صياغة معينة للخطاب الإعلامي تقوم على إثارة العواطف والتلاعب بالمشاعر، وتجنب التفكير العقلاني بقدر الإمكان، وتهميش أية محاولة تحدث من جانب البعض في هذا الاتجاه المضاد، وذلك من خلال تقديم هذا الكم الهائل من المواد الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة، والتي تعكس في حقيقة الأمر رؤية معينة ومحدودة للواقع السياسي ومتطلباته من وجهة نظر الإدارة الأمريكية، والتي يجب أن تسود، مستخدماً في ذلك ما يعرف بالدعاية السياسية باستراتيجية القطيع، وهي استراتيجية تعبوية في الأساس تسعى إلى جعل الجماهير ينقادون ويلتفون حول خطاب سياسي معين، من دون إتاحة أية فرصة للتفكير في مكونات ومنطقية هذا الخطاب من عدمه.

والملاحظ أن الخطاب الإعلامي الأمريكي قد لجأ إلى أداة الاختزال بالنسبة للعديد من القضايا المحورية التي تستحق التحليل والتأمل العقلاني من أجل التوصل إلى جوهرها الحقيقي، معتمداً في ذلك على أن هذا الاختزال يعطي ميزة معينة لهذا الخطاب، وهي إبراز جانب معين من هذه القضايا وإغفال الجوانب الأخرى التي ربما تكون أكثر أهمية، إلا أن إبرازها قد يتعارض مع الأهداف التي يسعى الخطاب الإعلامي المرسوم الوصول إليها.

فمن أجل إضفاء الطابع العاطفي على قضية العلاقة بين الولايات المتحدة والآخر غير الأمريكي، تم اختزال هذه القضية في سؤال بسيط وهو لماذا يكرهوننا؟ وكانت الإجابة الجاهزة والملائمة لأهداف الخطاب الإعلامي السياسي للإدارة الأمريكية هي أنهم يكرهوننا لأننا الأفضل ولأننا الأكثر تقدماً وديمقراطية والأكثر قوة والأفضل من حيث

^١ . ادوار سعيد، "مشكلة أمريكا في مراتها غير الأمنية، وفي هامشية عناصرها الحركية المنظمة على العالم"، الحياة، لندن،

مستوى المعيشة، وهكذا، فلا بد من أن تقوم الولايات المتحدة بدورها لإزالة الكراهية من النفوس من خلال نشر الديمقراطية والثقافة الأمريكية والاقتصاد الحر، فهذه الثلاثية التي حققت الازدهار الأمريكي، ومن ثم فهذه هي رسالة الولايات المتحدة الخاصة في العالم الجديد، وأنها تمتلك عناصر قوة لم تتح لأية قوة دولية من قبل.

هذا هو إطار الخطاب الإعلامي السياسي الأمريكي، في إلقاء الضوء على قيام الولايات المتحدة بدورها الإمبراطوري، وهو كما أشار "دوارد سعيد"، إطار مصطنع ويعبر عن رؤية معينة للخير ورؤية مضادة للشر، وطالما أن أهداف هذا الدور الإمبراطوري بالمفهوم المتقدم أهداف خيرة بالمفهوم الأمريكي، فيمكن التغاضي عن بعض التجاوزات التي تقع عند الممارسة، وقد تكون تجاوزات غير أخلاقية وغير إنسانية، إلا أنها تساعد على الوصول إلى الهدف العام الكبير وهو تحقيق خير العالم من خلال الدور الإمبراطوري الأمريكي المطلوب.

وهكذا، نجد توظيفاً جديداً للإعلام على مستوى السياسة الخارجية الأمريكية في ثوبها الإمبراطوري الجديد، وقد تمّ ربط هذا التطور في الموقف الأمريكي وهذا التحول في الخطاب الإعلامي السياسي الأمريكي وازدياد تأثير اليمين المسيحي في الإدارات الأمريكية الذي لديه قناعة مطلقة بالأحقية ورؤية معينة مستفادة من العهد القديم، وتدور حول ما يجب القيام به من أجل التعجيل بعودة المسيح¹.

ولا شك في وجود هذا التأثير، إلا أنه ربما يكون أحدث الأدوات التي لجأ إليها صانع الخطاب السياسي الإعلامي الأمريكي من أجل زيادة كفاءة وفعالية هذا الخطاب في تعبئة الجماهير نحو الاستراتيجية الأمريكية الجديدة، لغرض الهيمنة على العالم وتبرير التضحيات المتوقعة لدافع الضرائب الأمريكي، بل وتبرير التضحيات التي يجب على المواطن الأمريكي تقديمها للوصول إلى هذا الهدف النبيل، وفقاً للرؤية الأمريكية الرسمية، بل ونضيف أن هذا الخطاب يساعد الإدارة الأمريكية على تقديم مبررات موضوعية للمواطن الأمريكي التي بدأ يعاني من بعض المصاعب المعيشية التي لم

¹ - محمد السماك، يد الله: لماذا تضحي الولايات المتحدة بمصالحها من أجل "إسرائيل"، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية،

يعتد عليها، كالعامل ساعات أطول بدخل أقل، التدهور النسبي لبعض الخدمات المقدمة إليه في المجالات المختلفة التي تشير إليها العديد من الدراسات.

أولاً: الاحتلال الأمريكي للعراق ودور وسائل الإعلام الأمريكية

يختلف أداء وسائل الإعلام في الظروف العادية وأدائها في صنع القرار المتعلق بالأزمات في السياسة الخارجية، سواء من حيث دورها في مراحل صنع السياسة الخارجية المتعلقة بالأزمات، أو من حيث الاختلاف في مجالات تأثير النخب على الإعلام والرأي العام في كل مرحلة من مراحل الأزمة، إذ إن هناك علاقة تبادلية بين كل من النخب ووسائل الإعلام ومحتوى المادة المقدمة حول الأزمة من خلال وسائل الإعلام، كما إن هناك تأثيراً لوسائل الإعلام في تشكيل وترويج وتوقيت ومحتوى السياسة المتعلقة بالأزمات^١.

وفي نطاق العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة في الأزمات تبين أن التقاليد السياسية والإعلامية الأمريكية تسمح بازدياد درجة تقبل الضغوط الحكومية المباشرة وشبه المباشرة على المؤسسات الإعلامية. فالإعلام الأمريكي المعني بقضايا السياسة الخارجية يخضع خضوعاً شبه كامل للإدارة الحكومية الأمريكية بوصفها أكثر المؤسسات السياسية الخارجية الأمريكية فهماً وإدراكاً لحقائق الموقف الأمريكي، وأهداف السياسة الخارجية الأمريكية في تلك الأزمات.

كما إن لوسائل الإعلام مسؤولية كبيرة في أوقات الأزمات، تدور في نطاق تعبئة الجماهير حول القيادة الأمريكية وتوجهاتها في إدارة الأزمة، فضلاً عن أن هناك حدوداً لحق الشعب في المعرفة في أوقات الأزمات، وأن هناك ضرورة لفرض الرقابة على الإعلام، وخاصة إذا كانت الأداة العسكرية هي الأداة المستخدمة في الأزمة، ومن ثم فهناك بعض المتطلبات التي يجب أخذها في الاعتبار بالنسبة لحرية الصحافة في مثل هذه الظروف.

١. محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم متغير، مرجع سابق، ص ٢٩.

إن وسائل الإعلام أداة من أدوات إدارة الأزمات في السياسة الخارجية الأمريكية، ويتم توظيفها في نطاق الأزمات وفقاً لبرامج معينة ولتحقيق أهداف معينة؛ وفي حالات الصدام المسلح، يتم توظيفها في مجال الدعاية المضادة للعدد، وكذلك في مجال الحرب النفسية.

وينقسم دور وسائل الإعلام خلال الأزمات إلى مراحل عدة، وفي حين تتمثل المرحلة الأولى، في وضع برنامج العمل اليومي المتعلق بالأزمة، بمعنى قدرة وسائل الإعلام على تحديد الموضوعات اليومية الهامة ذات الصلة بالأزمة؛ تدور المرحلة الثانية حول علاقة نماذج التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام اللازمة؛ أما المرحلة الثالثة فتتعلق بمدى الارتباط بين الخصائص الكيفية للأخبار المذاعة والمنشورة عن الأزمة والانشغال بالشؤون العسكرية للأزمة^١.

والواقع أن أداء الإعلام الأمريكي أوضح خلال الاحتلال الأمريكي للعراق عام ٢٠٠٣، صحة الكثير من هذه النتائج، وإن كان مستوى الأداء أقل كفاءة وجودة من الناحية المهنية مقارنة بأداء الإعلام الأمريكي في حرب الخليج الثانية.

إلا أننا نستطيع أن نرصد بعض الظواهر الهامة ذات الصلة بدور وسائل الإعلام الأمريكية في إدارة الأزمات في نطاق السياسة الخارجية الأمريكية، كما أوضحتها بعض وقائع الممارسة في الحرب الأمريكية الأخيرة على العراق، على النحو التالي:

١. الاهتمام الأمريكي الواضح بوضع استراتيجية للعمل الإعلامي، وتوفير كافة الإمكانيات التكنولوجية المتطورة لعمل التغطية الإعلامية المطلوبة لاحتلال العراق، لدرجة أن القوات الأمريكية استعانت بخبرات هوليوود لإعداد المركز الصحفي في قطر.

٢. إن هذه الاستعدادات الضخمة التي أجريت كانت بهدف التحكم في المادة الإعلامية التي سيتم نشرها وبثها، بما يخدم الأهداف الأمريكية.

^١ . محمد سعد أبو عامود، المرجع سابق، ص ٣٢ . ٣٦.

٣. وضعت قوات الجيش الأمريكي إطاراً صارماً يحدد عمل الصحفيين المرافقين للجنود، وهو ما جعل هؤلاء الصحفيين يخشون أن يؤدي هذا إلى منعهم من الوصول إلى المعلومات التي يريدونها، وهو ما حدث بالفعل.

ووفقاً لما نشرته وسائل الإعلام، فإن على الصحفيين القادمين من شتى دول العالم التوقيع على وثيقة تتضمن خمسين بنداً، اعتبر البنتاغون أنها ستمكن وسائل الإعلام من الوصول إلى مناطق المعارك.

٤. لجأت السلطات الأمريكية إلى التعقيم الإعلامي ومنع نشر الأخبار والمعلومات التي لا تتلاءم معها، ولو اقتضى الأمر لاستخدمت القوة ضد الصحفيين، بل وصل الأمر إلى قتل بعض الإعلاميين ومحاصرة مكاتب بعض القنوات الفضائية العربية في بغداد^١.

٥. تم توظيف الإعلام الأمريكي في نطاق الحرب النفسية الموجهة إلى القوات العراقية والنظام العراقي بصورة ملحوظة، وإن كانت الكفاءة المهنية متواضعة للحكومة العراقية، لدرجة أن وزير الإعلام العراقي السابق "محمد سعيد الصحاف" استطاع أن يكشف بجهد فردي عن بعض المعلومات الخاطئة التي روجت لها وسائل الإعلام الأمريكي، خاصة في المراحل الأولى من الحرب، وهو ما أضعف مصداقيتها نسبياً بعد ذلك.

ثانياً: مستقبل العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام والسياسة الخارجية الأمريكية
من خلال التحليل المقدم، تمّ توضيح أن العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام من جانب، والسياسة الخارجية الأمريكية من جانب آخر، كانت دائماً في الطرف الأبعد بالنسبة للنموذج المثالي الأمريكي للعلاقة بين الإعلام والسياسة في المجتمع الأمريكي. والسؤال الذي يطرح هنا يدور حول مستقبل هذه العلاقة في ظل التحولات التي يشهدها المجتمع الأمريكي خلال الفترة الحالية.

وفي ظل هذا الوضع تمّ رصد ملامح الإعلام الأمريكي، إذ أنه أصبح أقرب إلى عالم الرأي الواحد، فالمواطن الأمريكي يجب أن يعلم ما تريد الحكومة الأمريكية إعلامه به،

^١ . عزة سامي، الإعلام الأمريكي يلجأ للخداع من أجل الدفاع عن حربه الزائفة، الأهرام ٣ . ٤ . ٢٠٠٣.

مما يساعد على تشكيل الرأي العام الأمريكي في الاتجاه المساند للسياسة الخارجية التي تقوم بتنفيذها^١.

وقد تطلب ذلك فرض إطار من السيطرة الواضحة على حركة الصحفيين، بل ووضع إطار محدد لما يجب أن يقوموا به من تغطية إعلامية للأحداث، كما تطلب فرض نوع من أنواع التعتيم الإعلامي واستخدام المغالطات والأكاذيب وأساليب التلاعب المعروفة في الغاية السياسية في سياق الخطاب الإعلامي الأمريكي، وذلك بهدف توجيه الرأي العام الأمريكي وتعبئته صوب وجهة معينة، هي "رسالة الولايات المتحدة المقدسة" لتحقيق الحرية والديمقراطية والسلام بالمفهوم الأمريكي العالم^٢.

وبالتالي، فإن أهم ملامح توظيف الإعلام الأمريكي في مجال السياسة الخارجية الأمريكية في ظل هذه الأوضاع يتمثل في توظيفه كأداة للتعبئة العامة في الداخل، لتوفير الدعم والمساندة الداخلية لوضع الإعلان الإمبراطوري الأمريكي، موضوع التطبيق في العالم، وفيما يتعلق بالخارج، فإن هذا الإعلام يتبنى تحقيق النصر الأمريكي بأقل تكلفة ممكنة.

وبالتالي، فإن مستقبل العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية يتوقف على اعتبارات عدة، أهمها ما يلي^٣:

١. مدى استمرار القوى السياسية المسيطرة على الإدارة الأمريكية الحالية، بمعنى أن استمرار هذه القوى في السيطرة على مقدرات الأمور في الإدارة الأمريكية في المستقبل سوف يؤدي إلى الاستمرار في توظيف الإعلام بالمفهوم المتقدم.

٢. مدى قدرة الإعلام الأمريكي على الاستمرار في القيام بهذا الدور المرسوم، خاصة وأن هذا الدور لا يتلاقى مع القيم والمثل الأمريكية، كما أنه لا تتوافر له إمكانيات الاستمرار لمدة طويلة في الظروف العادية، إذ إن التطور في تكنولوجيا الإعلام والاتصال يفتح الطريق أمام إمكانية إحداث ثغرات في هذا الجدار الإعلامي الأمريكي.

^١ . بسام خالد الطيارة، "حرب الإعلام أصعب من حرب المدافع"، لندن، ملحق الوسط الصادر عن جريدة الحياة العدد ٨٥٣، ٢٠٠٣ / ٣ / ١٣.

^٢ . سهام نصار، "الإعلام الأمريكي في الحرب"، الأهرام، ٤ نيسان، ٢٠٠٣.

^٣ محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، مرجع سابق، ٣٤٦.

٣. مدى قدرة الليبرالية واليسارية الأمريكية على التحرك في المجتمع الأمريكي للكشف عن زيف هذا الخطاب السياسي الإعلامي الأمريكي.

٤. مدى قدرة الإدارة الأمريكية على تقديم حلول للمشكلات الداخلية في الولايات المتحدة، وهي مشكلات اقتصادية واجتماعية وثقافية خطيرة لا يجري معها الاستمرار في توجيه أنظار المواطن الأمريكي نحو ما تراه الإدارة الأمريكية تهديداً للأمن القومي الأمريكي.

٥. ردود الأفعال الخارجية المتوقعة والمحتملة تجاه هذه السياسة الأمريكية واتجاه الدور الإمبراطوري الأمريكي الجديد في العالم.

ومن ثم، فوفقاً لهذه الاعتبارات سيتحدد مستقبل العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام والسياسة الخارجية الأمريكية، إما باتجاه إعلام الرأي الواحد التعبوي في الداخل، وإعلام الدعاية والحرب النفسية في الخارج، أو العودة إلى نقطة توازن بين الإعلام الديمقراطي الذي يقوم عليه النموذج المثالي الأمريكي في هذا الشأن وبين متطلبات قيام الولايات المتحدة بدورها الإمبراطوري الجديد بأسلوب أكثر مرونة وليونة مما هو قائم حالياً.

وأخيراً، يمكن أن تحدث مراجعة لهذا الدور الإمبراطوري الأمريكي إذا ما حدث تحول في التركيبة السياسية المسيطرة على الإدارة الأمريكية، وإذا ما حدث نوع من أنواع إعادة الحسابات لعلاقات القوى في الولايات المتحدة في الخارج، الأمر الذي سيعيد تشكيل علاقة الإعلام والرأي العام بالسياسة الخارجية الأمريكية.

الخاتمة

ملخص البحث

حاولت هذه الدراسة رصد وتحليل العلاقة الارتباطية بين الإعلام والسياسة في المجتمعات المعاصرة، من خلال التركيز على مظاهر هذه العلاقة والتطورات التي حصلت في هذين المجالين وتأثيرهما على بعضهما البعض، وإيضاح الطبيعة المتغيرة لهذه العلاقة تبعاً لعوامل عدة من بينها: العلاقة بين الأبنية الإعلامية والأبنية السياسية في المجتمع ومدى استقلال الأبنية الإعلامية وأبعاد الارتباط بينها وبين الأبنية السياسية في المجتمع وتدفق المعلومات بينهما.

كذلك حاول البحث تقييم فعالية وسائل الإعلام في تحقيق أهداف السياسة العامة في المجتمع بناء على درجة الانتماء الذي تعكسه هذه الوسائل، فضلاً عن تكيفها وتوظيفها للتقنيات التكنولوجية المتطورة ومهارات الإعلاميين فيها والتزامهم بتحقيق أهداف السياسة العامة.

ومن خلال رصد أثر العولمة والمتغيرات المرتبطة بها على العلاقة بين الإعلام والسياسة، شرحت هذه الدراسة مظاهر العولمة الإعلامية وأدواتها وتأثير العولمة في الإعلام العالمي.

كما بينت الدراسة العلاقة التفاعلية بين الإعلام والسياسة الخارجية للدولة، إذ كانت السمة العامة هي التكامل بينهما، إذ استخدم الإعلام كأحد أهم أدوات السياسة الخارجية في حقبة الحرب الباردة وإحدى أدوات الصراع بين القوتين الأعظم للسيطرة على المعلومات، بالإضافة إلى كيفية توظيف الإعلام الموجه إلى الداخل لخدمة أهداف السياسة الخارجية واستخدام وسائل الإعلام للضغط على طرف آخر من أجل تغيير سياساته، ودور الإعلام في إدارة الأزمات وفي العلاقات الدولية وكأداة من أدوات التفاعل والصراع الدولي.

كذلك رصد البحث الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية في عملية صنع السياسة الخارجية الأمريكية وتنفيذها من خلال إيضاح الإطار الفكري الذي يحكم هذه

العلاقة، واتجاهات تأثير وسائل الإعلام في صنع السياسة الخارجية الأمريكية والتغطية الإخبارية لقضايا هذه السياسة وتشكيل رأي عام بصددها. وكذلك التغيرات التي طرأت بعد أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١، على دور وسائل الإعلام الأمريكية والدور الذي لعبته الأخيرة في الاحتلال الأمريكي للعراق.

نتائج البحث

من خلال سياق فصول الدراسة، وانسجاماً مع الفرضيات التي طرحها الباحث، تم التوصل إلى النتائج التالية:

١ . هناك ارتباط وثيق بين الإعلام والسياسية، تختلف فيه درجة التأثير والتأثير المتبادل بينهما تبعاً للتطورات الحاصلة في كل منهما، وتبعاً لاختلاف الأنظمة السياسية، حيث أن التطورات في وسائل الاتصال والتكنولوجيا وانعكاس هذه التطورات جعل من الإعلام مؤسسة سياسية تتكامل يوماً بعد يوم، وتعمل على تحقيق أهداف وغايات محددة تفرض نفسها على صانع القرار، كما أن درجة تطور المجتمعات وانعكاسها على طبيعة النظام السياسي تؤثر في طريقة التعامل مع وسائل الإعلام من خلال فرض السياق العام للأحداث والتحكم في مساراتها، وبذلك تحققت الفرضية الأساسية.

٢ . أصبح الإعلام إحدى الأدوات الرئيسة لإدارة العملية السياسية في المجتمع المعاصر، كما أصبحت النظم السياسية المحرك الأساسي لوسائل الإعلام وتوجيهها وفقاً لمصالحها، وبذلك تحققت الفرضية الفرعية الأولى.

٣ . هناك علاقة وثيقة بين وسائل الإعلام وتوجهات السياسة الخارجية الأمريكية ، إذ تقوم وسائل الإعلام الأمريكية بدور مهم في تحقيق الأهداف البعيدة لاستراتيجية الولايات المتحدة الأمريكية الخارجية، ومن النادر أن ينشأ توتراً جوهرياً بين السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية والمؤسسات الإعلامية التي تعمل في إطارها، وتحققت بذلك الفرضية الفرعية الثانية.

٤. تعدّ الأداة الإعلامية أحد الأدوات الهامة في مجال تنفيذ السياسة الخارجية، والتي تستهدف التأثير في مفاهيم الآخرين في الوحدات الدولية الأخرى.

٥. إن الإعلام الأمريكي يتبنى سياسة الإدارة الأمريكية غالباً ، إذ يعد إعلاماً موجهاً مع السياسة الأمريكية الخارجية ويستقطب الرأي العام الأمريكي والعالمي بما يخدم الرؤى السياسية الأمريكية، وبذلك يبتعد عن النموذج المثالي الأمريكي للعلاقة بين الإعلام والسياسة.

٥. إن زيادة التوجه نحو الممارسة الديمقراطية لا بد وأن يصحبه تطوير إعلامي في المضمون وفي الأداء الإعلامي، كما أن طبيعة التطور المعاصر تؤكد عدم جدوى حجب المعلومات، سواء أكانت على المستوى الداخلي أو الخارجي، لأن ما يحجب في الداخل من خلال وسائل الإعلام الوطنية، لا يمكن حجبه من خلال وسائل الإعلام الخارجية، ومن ثم فالمعلومات سوف تصل إلى المواطن بطريقة أو بأخرى.

٦. ازدياد أهمية الأداة الإعلامية في نطاق السياسة الخارجية، كما يمكن استخدامها لتحقيق مهام عديدة، والإعلام كأداة من أدوات السياسة الخارجية ليس هو الإعلام الموجه إلى الخارج فحسب، وإنما هو الإعلام الموجه إلى الداخل والخارج معاً في الوقت ذاته، الأمر الذي يتطلب توافر مجموعة من المهارات الخاصة للعاملين في هذا المجال، ربما لا تتوفر لدى العديد من الدول، وخاصة دول العالم الثالث.

المقترحات والتوصيات

في خاتمة هذا البحث، يأمل الباحث أن يكون قدم وبطرح علمي أبعاد العلاقة بين السياسة والإعلام، ويقدم فيما يأتي بعض المقترحات والتوصيات:

١. استبدال الأسلوب الإعلامي الذي يقوم على أساس الدمج النفسي لجموع المواطنين في إطار يتفق وتوجهات النظام السياسي بأسلوب جديد يقوم على أساس الاعتراف بحق فئات المجتمع في التعبير عن آرائها ومصالحها وتوصيلها إلى صانع القرار السياسي.

٢. تطوير مضامين الرسائل الإعلامية بما يتوافق مع أهداف السياسة العامة للدولة، والاهتمام بقضايا الإعلام أكثر، بالإضافة إلى رصد الميزانيات اللازمة لخدمة المؤسسات الإعلامية، لتقوم بدورها في خدمة السياسة العامة بكفاءة عالية.
٣. على المتلقي التعامل مع وسائل الإعلام بذكاء، ومعرفة مصدر الخبر الإعلامي وعلى ماذا ينطوي وإلى ما يهدف، وهو بحاجة إلى توعية إعلامية عالية .
٤. عدم الجري وراء الأسطورة الأمريكية حول حرية الإعلام ، والتي تتحدث عن الديمقراطية بأفضل أشكالها، إذ ندرك من خلال المؤسسات الإعلامية وطريقة عملها في الولايات المتحدة الأمريكية بأن الديمقراطية الأمريكية هي صنعة الإدارة الأمريكية بما يتناسب مع سياساتها وبرامجها.
- ٥ . ضرورة التعامل مع الرسالة الإعلامية وتوجيهها بكثير من الاهتمام والحرفية حتى تستطيع تحقيق الهدف المطلوب من بث هذه الرسائل.

• المراجع :

_ باللغة العربية

أولاً: الكتب

١. أسما حسين حافظ، مذاهب وايدولوجيات سياسية مقارنة، القاهرة، دار آتون للنشر، ١٩٩٩.
٢. اسماعيل صبري عبد الله (وآخرون)، العولمة: هيمنة منفردة في المجالات الاقتصادية والسياسية والعسكرية، تقديم محمد نوار، القاهرة، دار الجهاد للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٩.
٣. اسماعيل مقلد، العلاقات السياسية الدولية، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ١٩٩١.
٤. تيودور لووي وبنيامين جينسبرج، الحكومة الأمريكي: الحرية والسلطة، ترجمة عبد السميع عمر زيد الدين ورباب عبد السميع زين الدين، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦.
٥. توم بيثل (محرر)، دور وسائل الإعلام، واشنطن، وكالة الإعلام الأمريكية، ١٩٩٠.
٦. جيهان رشتي، نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ١٩٩٨.
٧. حامد عبد الله ربيع، الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني وإدارة التكامل القومي، القاهرة، دار الموقف العربي، ١٩٨٣.
٨. حامد عبد الله ربيع، مقدمة في نظرية الرأي العام، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٧.
٩. حسن طوالبه، في الإعلام والدعاية والحرب النفسية، إريد، عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٦.
١٠. حنان يوسف، الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، القاهرة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠٠٦.
١١. دوريس غرابر وآخرون، " سياسة الأخبار وأخبار السياسة"، القاهرة، دار الشروق الدولية، ٢٠٠٤.

١٢. محمد راسم الجمال، "دراسات في الإعلام الدولي: مشكلة الاحتلال الإخباري"، جدة، دار الشروق، ١٩٨٥.
١٣. محمد راسم الجمال، نظام الاتصال والإعلام الدولي الضبط والسيطرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية ٢٠٠٩.
١٤. روجيه جارودي، العولمة المزعومة: الواقع الجذور البدائل، تعريب الدكتور محمد السبيطي، صنعاء، دار الشوكاني للنشر والتوزيع، ١٩٩٨.
١٥. سعد حقي توفيق، ماذا وراء الحملة الإعلامية على العراق، بغداد، آفاق عربية، أيار ١٩٩٠.
١٦. سمير أمين، في مواجهة أزمة عصرنا، القاهرة، دار سينا للنشر، ١٩٩٧.
١٧. سيمون سيرتاني (محرر)، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية، ترجمة
١٨. صلاح نصر، الحرب النفسية بين الكلمة والمعتقد، الجزء الأول، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٧.
١٩. علي القرني، دور الإعلام في بلورة اتجاهات التغيير في قواعد السياسة الدولية في عصر العولمة، عمان، مركز دراسات الشرق الأوسط، ٢٠٠١.
٢٠. عواطف عبد الرحمن، المدرسة الاشتراكية في الصحافة، القاهرة، دار الثقافة الجديدة، ١٩٨٨.
٢١. فتحي الإبياري، الإعلام الدولي والدعاية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥.
٢٢. فؤاد عبد السلام الفارسي، في السياسة والإعلام وقضايا أخرى، جدة، الكتاب العربي السعودي، ١٩٩٠.
٢٣. ليونارد راي تيل، مدخل إلى الصحافة، ترجمة حمدي عباس، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، ١٩٩٢.
٢٤. مجد الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠١.
٢٥. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار أسامة للنشر ٢٠٠٨.

٢٦. محمد السماك، يد الله: لماذا تضحى الولايات المتحدة بمصالحها من اجل اسرائيل؟!، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٣.
٢٧. محمد فتحي، عالم بلا حواجز: في الإعلام الدولي، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، ١٩٨٢.
٢٨. محمد طه بدوي، المنهج في علم السياسة، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، ١٩٩٥.
٢٩. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧.
٣٠. محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩.
٣١. محمد مصطفى غنيم، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، الطبعة العربية الأولى، ١٩٩٥.
٣٢. ميرل مارسيل، سوسيولوجيا العلاقات الدولي، ترجمة: حسن نافعة، القاهرة، دار المستقبل العربي، ١٩٨٦.
٣٣. نعيمة شومان، العولمة بين النظم التكنولوجية الحديثة، بيروت، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى ١٩٩٨.
٣٤. نعوم تشومسكي، السيطرة على الإعلام، تعريب أهمية عبد اللطيف . القاهرة، مكتبة الشروق الدولي، الطبعة الأولى ٢٠٠٣.
٣٥. نعوم تشومسكي، إهدار الحقيقة: إساءة التعليم والإعلام وأوهام الليبرالية والسوق الحرة، مكتبة الشروق الدولية ، ترجمة: نعيمة علي، مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦.

ثانياً: رسائل الماجستير الدكتوراه

١. حازم عبد الحميد، حرية الصحافة في لبنان، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٧.
٢. حنان يوسف، دور المادة المخبرية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب، رسالة ماجستير، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٦.

ثالثاً: الأبحاث

- ١ . صادق جلال العظم، ما العولمة؟ (ورقة بحثية)، تونس ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٩٦ .
- ٢ . محمد سعد أبو عامود، اتجاهات معاصرة في دراسة الاتصال السياسي في النظم المقارنة، بحث مقدم إلى اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة في العلوم السياسية، كانون أول ٢٠٠٠ .

ثالثاً: الدوريات

- ١ . ادوار سعيد، "مشكلة أمريكا في مرآتها غير الأمنية، وفي هامشية عناصرها الحركية المنظمة على العالم"، الحياة، لندن، ٧ . ٣ . ٢٠٠٣ .
- ٢ . السيد أحمد مصطفى عمر، "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك"، المستقبل العربي، العدد ٢٥٦، بيروت، حزيران ٢٠٠٠ .
- ٣ . أحمد يوسف احمد، الصراعات العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، كانون الثاني ١٩٨٨ .
- ٤ . أسامة أمين الخولي، الحاسوب، مجلة عالم الفكر، الكويت، وزارة الإعلام، المجلد ١٨، تشرين أول ١٩٨٧ .
- ٥ . أسامة أمين الخولي: العرب والعولمة، بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، ١٩٨٨ .
- ٦ . ألبرت ل هستر، دليل الصحفي في العالم الثالث، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢ .
- ٦ . بسام خالد الطيارة، "حرب الإعلام أصعب من حرب المدافع"، لندن، ملحق الوسط الصادر عن جريدة الحياة العدد ٨٥٣، ١٣ / ٣ / ٢٠٠٣ .
- ٧ . سهام نصار، "الإعلام الأمريكي في الحرب"، الأهرام، ٤ نيسان، ٢٠٠٣ .
- ٨ . شاهيناز بسيوني، "الإذاعات السرية ومنطق الصراع في النظام الدولي المعاصر"، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، المركز العربي للدراسات الإعلامية ن العدد ٥٧، شهر تشرين الأول ١٩٨٩ .

- ٩ . صلاح الدين طلبية، الثورة الحالية في أساليب الاتصال، عالم الفكر، الكويت وزارة الإعلام، المجلد ١٤، العدد ٢٤، كانون الثاني . آذار ١٩٨٤.
- ١٠ . عبد القادر السعدني، حرية تدفق المعلومات الصادقة بين الممكن والتشاؤم، القاهرة، الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد ٤٧، نيسان . حزيران ١٩٨٧.
- ١٠ . عزة سامي، الإعلام الأمريكي يلجأ للخداع من أجل الدفاع عن حربه الزائفة، الأهرام ٣ . ٤ . ٢٠٠٣.
- ١١ . عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد ٧٨ حزيران، ١٩٨٤.
- ١٢ . عواطف عبد الرحمن، الحق في الاتصال وإشكالية الديمقراطية في الوطن العربي، مصر، القاهرة، الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، العدد ٤٩، تشرين الأول، تشرين الثاني ١٩٨٧.
- ١٣ . عواطف عبد الرحمن، "حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، الدراسات الإعلامية"، العدد ٩٣، تشرين الأول . تشرين الثاني ١٩٩٨.
- ١٤ . فرح الاسطمولي، دور الإعلام في بناء مجتمع متماسك، مجلة البحوث، بغداد، اتحاد إذاعات الدول العربية، ١٩٨٧.
- ١٥ . فريق العمل المعني بإعداد ورقة «العولمة والإعلام العربي: رؤية عربية مشتركة مرفوعة إلى اللجنة الدائمة للإعلام العربي في دور انعقادها العادي السادس والستين، دراسة أولية «العولمة والإعلام العربي»، الدراسات الإعلامية، العدد ١٠١، تشرين الثاني وكانون الأول، ٢٠٠٠.
- ١٦ . ليزجارون، دور الصحافة في المرحلة الانتقالية للديمقراطية في المجتمعات العربية، بحث مقدم إلى ندوة الحرية السياسية والديمقراطية في العالم العربي، مونتريال، كندا ٧-٨ / ١٩٩٣، انظر ملخص للبحث في المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد ١٧٤، آب، ١٩٩٣.

- ١٧ . مختار أبو الخير، فاعلية الاتصال الشخصي، القاهرة، دراسات الاتصال، عدد ١١، ١٩٩٥.
- ١٨ . محمد تيمور عبد الحسيب، تطور الأقمار الصناعية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، الدراسات الإعلامية، العدد ٥٧، تشرين الأول ١٩٨٩.
- ١٩ . محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم متغير، القاهرة، مركز البحوث والدراسات السياسية، سلسلة بحوث سياسية رقم ٨٢، القاهرة تموز ١٩٩٤.
- ٢٠ . محمد سعيد أبو زعرور، العولمة، عمان، دار البيارق، الطبعة الأولى ١٩٩٨.
- ٢١ . محمد شوفان، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، تونس، مجلة الفكر ١٩٩٥.
- ٢٢ . محمد عابد الجابري، "العولمة والهوية الثقافية، عشر أطروحات"، بيروت، المستقبل العربي، العدد ٣٢٨، شباط ١٩٩٨.
- ٢٣ . محمد علي الحوات، "الإعلام والإرهاب في ضوء أحداث الحادي عشر من أيلول، مجلة الدراسات الإعلامية"، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية والسكان والبيئة، القاهرة، العدد ١٠٩، أيلول، تشرين أول ٢٠٠٢.
- ٢٤ . ممدوح حامد عطية، الأمن القومي العربي وردع العدوان الإسرائيلي، القاهرة، المنار، العدد ٥ أيار ١٩٩٠.
- ٢٥ .
- ٢٦ . مركز اللغات، والترجمة بأكاديمية الفنون، منتدى المسرحيين الأمريكيين، حديث نعوم تشومسكي حول أحداث أيلول، القاهرة، أكاديمية الفنون ٢٠٠٣.
- ٢٧ . موجز يوميات الوحدة العربية، المستقبل العربي، الأعداد من أيلول إلى آذار ١٩٩١.
- ٢٨ . نشرة الأنباء العربية الصادرة عن وكالة الإعلام الأمريكية في واشنطن وذلك ابتداء من آب ١٩٩٠ وحتى شباط ١٩٩١.
- ٢٩ . نص حديث الرئيس العراقي السابق صدام حسين إلى أعضاء الكونغرس، الأهرام ١٩٩٠/٤/٢٤.

٣٠. يوسف باسيل، حقوق الإنسان من العالمية الإنسانية والعولمة السياسية، بغداد، دار الشؤون الثقافية، مجلة الموقف الثقافي، العدد ١٠، تموز ١٩٩٧.
٣١. يوميات أزمة الخليج، السياسة الدولية، القاهرة، العدد ١٠٣، كانون الثاني ١٩٩١.

_ المواقع الالكترونية:

١. راضية الشرعبي، الإعلام العربي وتحديات العولمة الثقافية، مركز العهد الثقافي،
www.alahd.com مقال منشور في ٢٤/٢/٢٠٠٦- ص ٤٧
٢. محمد صلاح أبو رجب، تأثير الإعلام علي الرأي العام وانعكاس ذلك علي السياسة الأمنية،
www.alwafd.org مقال منشور في
٣. مروان قبلان، البعد الثقافي في تغطية الاعلام الامريكى للمنطقة العربية وتأثيرها في
السياسة الخارجية، مقال منشور في www.ipra-ar.org.

_ باللغة الأجنبية

- 1- Almond, and Powell, comparative politics, USA, Boston, little and co,1978.
- 2- Brain McNairy , an introduction to political communication , London , rout ledge , 1999.
- 3- C. Wright mills, the Power elite, New York, Oxford – University Dress, 1980.
- 4- Doris A. Graber, Media and American Politics , Washington , Congressional Quarterly Press, 1989.
- 5- Fortner. R. , " international Commune History , conflict ,and control of the global metropolis" , Belmont , California, 1993.

- 6- Galtung. J.& Ruge. M., "Structuring and Selecting news" in Choen. S & Young . j., eds., the Manufacture of News: Social Problems, Deviance, and the Mass Media, London: Constable, 1971.
- 7- Herbert, I. Schiller, Communication and Cultural domination , , New York White, Pdins, 1976.
- 8- Hoyer and Others, the Politics and Economics of the Press : A developmental Perspective, London , Sage Pubns, 1975.
- 9- Jay G. Plummer and Michael Gurevitch, "Towards a Comparative Framework for Political Communication Research", in Steven H. Chaffee, (Editor) , Political Communication, 2001.
- 10- Karl Deutsch , The nerves of Government, USA ,New York, The Free Press of Glencoe, 1963.
- 11- Seymour Uri C., The political impact of mass media, London, Constable and Beverly hills, sage pubns, 1974.
- 12- Steven H. Chafee, The Diffusion of Political information, (editor) in Political Communication,2004.
- 13- Warren p. Strobel , the media : Influencing foreign policy in the information age V.s foreign policy agenda , an electronic journal of the us department of state vol.5 No.1 March 2000.