

## مفهوم الاعلام الدولي

يعد مفهوم الاعلام الدولي من المفاهيم التي ظهرت مؤخراً جراء التطورات التكنولوجية وحدة النزاع الدولي بين الامم والشعوب، وهو نتج من عمق مصطلحات النظام العالمي الجديد والنظام الاقتصادي الدولي الجديد والنظام الاعلامي الدولي الجديد وهو ماصاحبه فكرة او مصطلح الاعلام الدولي، وهناك من يرجع هذا المفهوم الى بدايات الحرب العالمية الثانية التي بدت شرارتها عام ١٩٣٩م.. بل هناك من يرى ان الاعلام الدولي بدء مع ظهور المطبعة وانتشار الصحف وزيادة اعدادها مع ازدياد توجهات الامم والشعوب للتأثير على بعضها البعض، بينما هناك من يرى ان الاعلام الدولي هو امتداد للاعلام الوطني او المحلي وهو مرحلة اكثر تقدماً وتطوراً من الاعلام الوطني او المحلي، وهو بهذا يقسم الاعلام الى الاعلام المحلي او الوطني والذي يهتم بما يدور على نطاق الدولة الواحدة او الاقليم الواحد وقد يكون سياسياً او اقتصادياً او زراعياً او مالياً او اسكانياً او اي قطاع اخر في حين ان الاعلام يسمى بالاعلام الدولي عندما تقوم بهذا الاعلام جهات دولية كبرى منتشرة في العالم مثل وكالات الانباء في نقل الاخبار والتحقيقات الصحفية والتلفزيونية او تقوم الدول ذات النفوذ المالي والعسكري بالاعلام الى جماهير الدول الاخرى بقصد نقل الاخبار او التمهيد لحملات سياسية او عسكرية، فان هذا الاعلام الى جانب كونه محلياً في تلك الدولة، لكن يعد صادراً عن جهات دولية وعالمية وموجهه الى شعوب العالم.

وعلى هذا ... كانت اغلب وسائل الاعلام تقدم مادتها الاعلامية وفق منظور مبني على سيطرة احداث وظروف الحرب العالمية الثانية ومن ثم الحرب الباردة التي اعقبت الحرب العالمية الثانية إذ كان اغلب الاهتمام منصب على اشكال وسيطرة الحكومات على وسائل الاعلام وغيرها من القوى الضاغطة في حرية التعبير فضلاً عن حرية التدفق الحر للمعلومات او المعلومات العابرة للحدود الدولية، وكانت غالبية وسائل الاعلام تقدم محتواها الاعلامي ضمن معادلة التضاد بين الغرب والشرق والشيوعية مقابل الرأسمالية.

وهناك من يرى ان عوامل عدة ساهمت في بلورة مفهوم الاعلام الدولي من ابرزها الاتي:-

١. التطور التكنولوجي الهائل سواء في اجهزة الطباعة او اجهزة الاتصالات والاقمار الصناعية او في انطلاق شبكة الانترنت.
٢. توفر المال الكافي
٣. الخبرة الاعلامية التي تولدت عبر الزمن.

وفي الختام يمكن تعريف الاعلام الدولي بانه مجموعة وسائل الاعلام الدولية المؤثرة والبارزة في العالم ومن دونها فانها محلية..بمعنى انه عملية الاتصال التي تحدث بين الدول المختلفة عبر الحدود الدولية والتي تتضمن تدفق الاخبار وانتقال الصور وتبادل المعلومات.

وعادةً ما يجري هذا التدفق الاخباري بطريقة غير متوازنة بين الشرق والغرب. إذ تكون الغلبة للدول الغربية ويرجع ذلك الى امتلاكهم للادوات والتقنيات والمعلومات.

### مفهوم الاتصال الدولي والإعلام الدولي :

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

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

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

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

هذا التعدد في تحديد مفهوم الإعلام الدولي يعكس حيرة و اضطراب بعض الباحثين ويرجع ذلك إلى عدة صعوبات اهمها :

١. ارتباط وتداخل الإعلام بالدعاية الدولية .

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

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

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

### الفرق بين الإعلام الدولي والاتصال الدولي :

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

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

- يعتبر اصطلاح الاتصال الدولي أكثر شمولاً واتساعاً ودقة من مصطلح الإعلام الدولي حتى وإن ارتبط بأهداف سياسية لتحقيقها وذلك لأن تحقيق الأهداف السياسية لا يقتصر على استخدام الإعلام فقط بل يعتمد على كافة وسائل وأساليب وفنون الاتصال من إعلام ودعاية بل حتى المسلسلات والأفلام.

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

- يعرف فورترز الاتصال الدولي على أنه العملية الاتصالية التي تحدث عبر الحدود الدولية ، أو الاتصال العابر عبر الحدود .

- يرى ألين أن الإعلام الدولي يختلف عن الاتصال الدولي حيث أن الاتصال أكثر اتساعاً وشمولاً من الإعلام الدولي ومع ذلك فإن التداخل والترابط بين

وسائل الإعلام ووسائل الاتصال المعلوماتية جعل من الصعب التمييز بين الإعلام الدولي والاتصال الدولي .

- نستخدم مصطلح الإعلام الدولي لأن الإعلام يعني الدقة والموضوعية والصدق في نقل الحقائق عن الدولة وعلى اعتبار أن الإعلام يخاطب العقول لا الغرائز

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

- استخدام الإعلام الدولي وذلك لأنه الأكثر شيوعا في لغتنا الإعلامية المعاصرة .

### وظائف الإعلام الدولي

#### ١. الاتصال بالجماعات المؤثرة

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

من الأمور التي ينبغي أن تؤخذ في عين الاعتبار درجة الموقف السياسي للدولة من تأييد تام والحياد وغيرها وبتحديد الموقف السياسي يمكن العمل على زحزحته نحو درجة التأييد الممكنة لصالح القضايا المعروضة ، ويكون موقف الدولة معيارا للطريقة التي يمكن أن يتدخل فيها الإعلام الدولي .

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

#### ٢. الاتصال بالجماهير

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

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

يتحدد تأثير الاتصال بال جماهير على مدى أطول نظرا لـ :

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

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

ج. الاتصال بال جماهير يتطلب امكانيات كبيرة ووسائل متعددة ونفقات عالية .

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

### ٣. وظائف تمثيلية

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

## وكالات الانباء العالمية ودورها في الاعلام الدولي

### مفهوم وكالات الانباء

عرفت اليونسكو وكالات الانباء بأنها الوكالات التي تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الانباء عن عدد كبير من البلاد، وتستخدم موظفين في مراكزها الرئيسية لتحرير هذه المواد الاخبارية العالمية، فضلاً عن الاخبار المحلية وارسالها باسرع ما يمكن الى مشتركها سواء اكانت صحف او محطات اذاعية او تلفزيونية او وكالات محلية بالاضافة الى مكاتبها الخارجية .

وهناك من يعرفها بانها: مؤسسة تقدم خدمة إخبارية حيث تعني بتجميع الأخبار وتغطية الأحداث بالصورة والكلمة والصوت. وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والشبكة العنكبوتية .

واخر يعرفها بأنها وسيلة إعلامية تمتلك شبكة للمراسلين، وتستطيع أن تجمع المواد الخبرية والصور الثابتة والمتحركة على مدار الساعة من عدد كبير من

المحررين الذين يعيدون تحرير تلك المواد حتى يمكن نشرها في وسائل الإعلام الأخرى .

ويعرفها محمود علم الدين بانها الجهاز الذي يتولى استقاء الاخبار من مصادرها الاساسية في مناطق متفرقة من العالم وتوزعها على الصحف والاذاعات المسموعة والمرئية باجهزتها الخاصة .

ويعود سبب نشأة الوكالات الى رغبة جمهور القراء في البلاد التي كانت تحتل الصحافة فيها مركزاً محترماً في معرفة اخبار العالم كله، ولهذا ظهرت وكالات الانباء كي تلبي الحاجات المتزايدة للصحف من الاخبار الدولية، كما يعود السبب الى سيطرت الطبقة البرجوازية في اوربا على مقاليد الحكم في مطلع القرن التاسع عشر والتي ساهمت في تطور واتساع النشاط المالي والتجاري وظهور حاجة الصحف الى المعلومات والاخبار عن المستعمرات واخبار السوق والتجارة والبنوك والبورصات.

وتطورت وكالات الانباء خلال عمرها الطويل ويرجع ذلك لسببين حسب رأي اليونسكو هما تجاري وسياسي، فالتجاري هو ان جميع وكالات الانباء – باستثناء وكالة ناس السوفيتية- تتقاضى اشتراكات عن الانباء التي توزعها...اما السياسي هو الترويج في الميدان الدولي للسياسة التي تتبعها حكوماتها بالنسبة للمشكلات العالمية المختلفة .

وبهذا يمكن القول ان عمل وكالات الانباء هو العمل في تجارة الجملة في مجال المعلومات وتقدم لعملائها مختلف الاخبار التي تحضى باهتماماتهم من اجتماعات القمم الى لعبة كرة القدم وصولاً الى حوادث الطائرات. تباع هذه المعلومات الى كل جهة تريد الاخبار الفورية على مدار ٢٤ ساعة طالما انه قادر على دفع ثمن هذه الخدمة.

### اختلاف الوكالات من حيث التأسيس

تختلف وكالات الانباء من حيث التأسيس فوكالة رويتر تأسست باعتبارها المورد الرئيسي للاخبار لرجال الاعمال وحقت غالبية انشطتها خارج بريطانيا، اما وكالة الانباء الفرنسية فقد اقتصرت خدماتها على المواد البرلمانية، اما من حيث الملكية فان لكل وكالة وضعها القانوني ونظامها الداخلي وعدد عملائها ومراسليها ومدى ما تملكه من تسهيلات فنية وتقنية، فملكية وكالة

الاسوشيتدبرس تعتبر مؤسسة تعاونية في حين تعد يوناييتدبرس شركة خاصة، اما وكالة رويترز فهي شركة بريطانية ذات مسؤولية محدودة، وكانت ملكاً لمؤسسة الصحافة القومية الاقليمية في المملكة المتحدة حتى عام ١٩٨٤ عندما اغرتها ارباحها بالتخلي عن عملياتها في السوق لتطرح اسهمها في سوق الاموال بلندن ونيويورك مع الاشتراك بان تظل الادارة معقودة لاصحابها الاصليين تحت اسم رويترز القابضة، بينما توصف وكالة الصحافة الفرنسية كمنظمة فرنسية طبقاً لقرار البرلمان، اما وكالة تاس السوفيتية فهي وكالة حكومية تابعة مباشرة لمجلس الوزراء السوفيتي الذي يعين مديرها ونائبه من بين الشخصيات الدبلوماسية او الصحفية البارزة وهي تحتكر حق توزيع الاخبار حيثما يسري التشريع السوفيتي .

وبهذا يتضح الدور الخطير لهذه الوكالات ودورها في العلاقات الدولية مادام انها تقع تحت سيطرة الحكومات الكبرى وسيطرت الربح المادي وسيطرت الجانب السياسي، ويزيد خطورة هذا الوضع الاحتكار الفكري الواسع الذي تمارسه كل تلك الوكالات لعقول الملايين من البشر، إذ تشير الدراسات ان ٨٠% الى ٨٥% من اخبار الصحف والمحطات الاذاعية والتلفزيونية تقدمها وكالات الانباء، ولهذا فهي تمارس تأثيراً يومياً واسعاً على وجهات النظر وموقف الافراد في المجتمع بصدد المواقف الدولية والاقليمية والوطنية، وهذا التأثير يأخذ اشكالا متعددة تعليمياً وثقافياً وتوجيهياً وسياسياً. اي يمكن ان نقول انها ادوات هامة في توجيه الرأي العام وفاعلية جماهيره ومواقفهم ازاء القضايا المختلفة.

### انواع وكالات الانباء

تقسم وكالات الانباء الى خمسة اقسام من الوكالات هي:

١. الوكالات العالمية الكبرى: وهي وكالات تنتشر مكاتبها في شتى أنحاء العالم وتمتد المشتركين فيها بالمواد الخبرية المختلفة التي يطلبونها، ومنها وكالة رويترز ووكالة الصحافة الفرنسية ووكالتي اسوشيتدبرس ويوناييتدبرس الامريكيتين ووكالة تاس السوفيتية. فلاتوجد منطقة إلا وتنشط فيها اجهزة الوكالات العالمية، وتملك هذه الوكالات من المعدات والقوة والتكنولوجيا ماتستطيع به جمع الاخبار وتوزيعها بالغات عدة مثل ( الانكليزية، العربية، الفرنسية، الالمانية، البرتغالية، الروسية، والاسبانية)، ولها امكانات في في

معظم دول العالم وتستخدم قوة بشرية من المراسلين تجعلها توزع خدماتها الاخبارية على مدار ٢٤ ساعة الى آلاف الوكالات المحلية او القومية او الصحف او المحطات الاذاعية والتلفزيونية.

وعلى الرغم من تأكيد وكالات الأنباء العالمية أنها تقف على الحياد من الأخبار التي تزود المشتركين بها، وأنها تنبثها بموضوعية تامة ولا توجهها حسب أفكار ورؤى سياسية معينة، فإن لها تأثيراً كبيراً على حركة التدفق الدولي للأخبار يأخذ اتجاهًا واحدًا هو من الغرب إلى الشرق، بمعنى أن حجم الأنباء التي تحملها هذه الوكالات يفوق عدة مرات كمية الأنباء التي تنقلها عن دول العالم الثالث، فيما يطلق عليه بالاختلال الكمي، وفي الوقت نفسه، فإن نوعية الأنباء تحمل تحيزًا واضحًا في مصلحة الغرب وتحاملًا أكثر وضوحًا على دول العالم الثالث، فيما يعرف بالاختلال الكيفي.

٢. الوكالات متوسطة الحجم: وهي تلك الوكالات التي تملك مكاتب توزيع خارجي كبيرة ولم يأتي تصنيفها ضمن الوكالات العالمية مثل وكالة انباء الصين ووكالة الانباء اليابانية kyodo ووكالة الانباء الالمانية ( DPA )، وغيرها من الوكالات المتوسطة الحجم والتي لم ترقى الى مصاف الوكالات العالمية ولكنها في الوقت نفسه اكبر من الوكالات المحلية وهذه الوكالات تشترك ايضاً مع الوكالات العالمية في خدمة الاخبار.

٣. الوكالات متعددة الجنسية او الوكالات الاقليمية: وهي وكالات الانباء التي تسعى الى ارضاء الحاجات الاخبارية لمناطق جغرافية معينة، وتظم عدد من الدول التي تختلف انظمتها السياسية، او فئة من البلدان التي يجمعها انتماء سياسي معين، وهي تقع بين الوكالات العالمية والوكالات التي ليس لها انتماءات قومية محددة ومثال على ذلك مجمع وكالات دول عدم الانحياز ( NANAP ) ووكالة دول البحر الكاريبي ( CANA )، ووكالة الأنباء الإسلامية ومقرها جدة في المملكة العربية السعودية التي أنشئت إيماناً من الدول الإسلامية بأهمية وجود وكالة أنباء تعنى بمصالح الأمة الإسلامية، وترصد جوانب التنمية فيها، وتنقل أخبارها وأخبار الدول الأخرى على أسس من القيم والمبادئ الإسلامية الصحيحة، بعيدة عن التشويه والتحريف. وكان مؤتمر العالم الإسلامي الذي عقد في كراتشي عام ١٩٥٠ قد اقترح فكرة إنشاء «وكالة الأنباء الإسلامية»، وتمت الموافقة على هذا الاقتراح في مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الذي عقد في كراتشي أيضاً عام ١٩٧٠، ثم أقر دستور الوكالة في اجتماع عقده ممثلون عن وكالات الأنباء



الوطنية التابعة للدول الإسلامية عام ١٩٧٢، وبدأت الوكالة عملها الفعلي عام ١٩٧٩ من مقرها الحالي في مدينة جدة السعودية. وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للوكالة والدور المنوط بها والمكانة التي يجب أن تتبوأها، فإن هناك عقبات جمة تحول دون تطورها وتقدمها لتحقيق خدمات إخبارية متميزة، ومن أهم هذه العقبات هي:-

أ- مشكلة التمويل، وهذه المشكلة تدل على ان الوكالة غير مستقلة ويمكن ان تؤثر فيها اتجاهات الدول الاكثر تمويلاً لها، كما تشير هذه المشكلة الى ضعف قدرة الوكالة على اقناع المؤسسات الاعلامية بالاشتراك معها لقاء مبالغ مالية للحصول على الاخبار الاقليمية، وربما تصل عدم قدرة الاقناع حتى على الدول الاسلامية التي هي جزء من تأسيسها.

ب- نقص الكوادر الفنية البشرية المؤهلة، وهو ما يؤكد على انها غير قادرة على توفير مراكز التدريب للعاملين في هذه الوكالة، فضلاً على انه يشير الى قدم قدرتها على منافسة الوكالات العالمية التي تغطي الساحة الاسلامية.

ت- اقتصر التغطية الإعلامية على البلدان الإسلامية فقط، وهو ما يؤكد عدم قدرتها او ايضاً عدم رغبتها في التأثير في العالم الخارجي، وهو ما يولد ضعف قدرتها على نقل التصورات الاسلامية عن بناء السلم العالمي والمشاركة في بنيته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

ث- عدم امتلاكها شبكة كبيرة من المراسلين المتفرغين أو المتعاونين، وهذا ناتج من عاملين اساسيين هما التمويل والذي ورد سابقاً ذكره، بينما العامل الاخر هو الادارة الاعلامية الجيدة التي تستطيع قيادة الوكالة الى توفير كوادر من المراسلين والمحررين المتفرغين للعمل معها، فضلاً على انها قد تكون غير قادرة على منافسة وجذب المراسلين المتميزين العاملين في الوكالات العالمية.

ج- خضوعها بشكل مباشر او غير مباشر للحكومات التي تتبعها او تمويلها، فضلاً عن ذلك ان المؤسسات الاعلامية المرتبطة في كل دولة هي التي تقوم بتزويد الوكالة عن اخبار دولتها واذا ما علمنا ان اغلب المؤسسات الاعلامية في الدول الاسلامية هي حكومية وبالتالي اصبحت هذه الوكالة تنقل وجهة الحكومات التي تتبع لها ولا تنقل جهات نظر شعوبها.

وقد ظهرت هذه الوكالات نتيجة للانتقادات الموجهة لاساليب عمل الوكالات العالمية من حيث انها تعمل على نقل الصورة السلبية لجهود دول العالم الثالث،

وهذه الوكالات ولدت من دعم اليونسكو؛ وجهة نظر دول العالم الثالث لانشاء بدائل عن اعتمادها كلياً عن وكالات الانباء العالمية، ولم تحقق تلك الوكالات نجاحات سوى وكالة ( CANA ) عندما دخلت في اتفاق مع رويترز تقوم من خلاله بتوفير اخبار دول البحر الكاريبي الى رويترز، فضلاً عن عوامل اخرى ساعدت ( CANA ) على النجاح والتي يمكن اجمالها بالاتي:-

أ- تنافس دول البحر الكاريبي على دعم الوكالة.

ب- قوة وسائل الاعلام في منطقة الكاريبي.

ت- انها تعمل في منطقة جغرافية محددة.

ث- تلقت مساعدات مالية كبيرة من المانيا الغربية.

٤. الوكالات المحلية: وهي وكالات تملكها معظم الدول، ومهمتها الرئيسية تغطية الأخبار المحلية، إضافة إلى أهم الأخبار العالمية، وقد عرفت اليونسكو بانها الوكالات التي تقوم بجمع الاخبار المحلية ( الاهلية ) وتقوم بتوزيعها في بلادها، وقد نشأة هذه الوكالات من الخطر الذي تشكله وكالات الانباء الكبرى على الاخبار فكان لابد من التشجيع على ظهور وكالات انباء محلية في جميع انحاء دول العالم، لكنها تنسم في معظمها بقدراتها المحدودة على جمع وبث الاخبار نتيجة لقدراتها البشرية والمادية والتكنولوجية المحدودة، وكذلك بسبب خضوعها لحكوماتها بشكل مباشر او غير مباشر، فضلاً عن الاجراءات البيروقراطية التي تعرقل حركاتها للاضطلاع بمتطلبات العمل الاعلامي ومن هذه الوكالات وكالات الأنباء في الدول العربية.

٥. الوكالات المتخصصة: وهي الوكالات المتخصصة في نوعيات من الاخبار مثل الاقتصادية او الرياضية، ومثل هذه الوكالات تكون تابعة لكبريات الصحف الامريكية مثل صحف ( النيويورك تايمز، لوس انجلس تايمز، وواشنطن بوست) ويطلق على بعض هذه الوكالات اسم وكالات الاعمدة وهي منتشرة في الولايات المتحدة الامريكية على وجه الخصوص ومنها ايضاً وكالات المادة الاخبارية المصورة مثل وكالة الانباء العالمية المصورة التي تأسست عام ١٩١٩م.

### مناطق نفوذ وكالات الانباء الكبرى

مع ازدياد نجاحات وكالات الانباء ووقع المنافسة الشديدة بينهما تم الاتفاق بين وكالات الانباء العالمية الى تقسيم العالم الى مناطق نفوذ فيما بينها، وكان هذا التقسيم يعطي لكل وكالة مناطق نفوذ على النحو الاتي:-

١. وكالة هافاس الفرنسية: كانت حصتها في فرنسا وسويسرا وايطاليا واسبانيا والبرتغال ووسط وجنوب امريكا، ومع رويترز في مصر.

٢. وكالة رويترز البريطانية: كانت حصتها جميع انحاء الامبراطورية البريطانية وتركيا ودول الشرق الاقصى ومع هافاس في مصر.

٣. وكالة اسوسيتدبرس الامريكية: في جميع مناطق الولايات المتحدة الامريكية.

٤. مكتب فولف التلغرافي الالماني: وحصته المانيا والنمسا وهولندا ودول اسكندنافيا وروسيا والبلقان.

وبهذا اعطى هذا التقسيم رويترز حصة الاسد، إذ حازت على جزء كبير من مناطق كانت تقع تحت نفوذ بريطانيا العظمى، ثم هافاس الفرنسية التي غطت المناطق التي تقع تحت سيطرة النفوذ الفرنسي، بينما فولف التلغرافي واسوشيتدبرس ليس بمناطق شاسعة كسابقاتها.

ورغم هذا التقسيم وجعل مناطق النفوذ تابعة لكل وكالة إلا ان الصراع ظل محتدماً بين الوكالات المذكورة بسبب التداخلات في مناطق النفوذ فاحياناً كانت رويترز تغطي مناطق تابعة لهافاس وعلى العكس، وهكذا الحال بالنسبة للبقية، وهذا الصراع بين الوكالات كان يعكس الصراع الدولي آنذاك ومصالح الدول في مناطق النفوذ بالعالم.

### وكالات الانباء العالمية

هناك اربع وكالات تسيطر على ٨٥% من التدفق العالمي للاخبار بينما يقدر آخرون انها تحتكر ٨٠% من التدفق وهو مايدل على الاتفاق انها تتمتع بسيطرة احتكارية على تدفق الانباء والمعلومات في العالم وهذه الوكالات هي:-

١. وكالة رويترز ( Reuters ).

٢. وكالة اسوشيتدبرس ( AP ) Associated Press ).

٣. وكالة يونايتدبرس ( UPI ) United Press International ).

٤. وكالة الانباء الفرنسية (AFP) .

وتعتبر هذه الوكالات اهم آليات السيطرة الشمالية على النظام الاعلامي الدولي، إذ يقدر عدد الكلمات التي تنتجها هذه الوكالات الاربع بـ ٣٣ مليون كلمة يومياً. وسنغطي تفاصيل مختصرة عن هذه الوكالات الاربع.

### وكالة رويترز

تأسست عام ١٨٥١م في بريطانيا اسسها انذاك مهاجر الماني من اصول يهودية يدعى اسرائيل بن جوزاخات والذي اعتنق المسيحية وسمى نفسه بول جوليوس رويتر والذي بدء في تقديم خدماته الى الصحف البريطانية والذي لم تلاقي الاهتمام في بداية الامر إلا انه بعد ظهور الكابل بين باريس ولندن عام ١٨٥١م بدأت الصحف باستلام الاخبار بصورة اسرع وزاد الاهتمام بها وعاد الامل الى جوليوس رويتر وتضاعف العمل في خدمة اخبار الصحف .

وحصلت نقطة التحول في رويترز عام ١٨٥٨ عندما تعاقدت صحيفة المورننك ادفرتايزر ( Morning Advertiser ) لنشر الاخبار التي كان يبيعها لاشخاص من ذوي الرتب العالية لقاء عمولة كبيرة وذلك بهدف ان المواضيع التي ستنتشر في صفحات الجريدة سوف توسع من دائرة قرائها وايدت هذه الجريدة الفكرة واخذت تنشر هذه الاخبار، وفعلا تضاعف قرائها واصبحت الجريدة اكثر تميزا من غيرها واخذت بقية الصحف تتسابق على عقد اتفاقيات مع رويترز حتى اصبحت تقريباً الصحف كافة مشاركة في النشرات الاخبارية التي تصدرها لهم رويترز .

كما حصل مكتب رويتر على نص خطاب نابليون الثالث الى المجالس التشريعية الفرنسية الذي اعلن فيه الحرب على النمسا مما اكسب رويترز الشهرة الواسعة .

تمكن جوليوس رويترز بعد عام ١٨٦٥\* من انشاء خط كابل يربط مكتبه بالمانيا وكابل اخر يربط شمال القارة الامريكية واصبحت الوكالة منذ ذلك التاريخ شركة مساهمة وبين الفترة من ١٨٦٠-١٨٨٠م سيطرت بريطانيا على كثير من الدول وكان لهذا انعكاس ايجابي على الوكالة فتوسعت اعمالها وامتدت الى قطاع البنوك والصناعة . وبعد وفاة جوليوس رويترز عام ١٨٩٩م خلفه ابنه في رئاسة الوكالة حتى عام ١٩١٦م حيث توفي هو الآخر وآلت ملكية رويترز الى

مؤسسة اهلية سميت ( رويترز المتحدة ) برئاسة المدير العام الجديد رودريك جونز الذي عمل قبل ذلك مديرا لرويترز في جنوب افريقيا . وفي عام ١٩٢٥م اشترت نصف اسهم رويترز مؤسسة صحفية بريطانية هي جمعية الصحافة ( The Press Association ) التي كانت تحتل صحف المقاطعات البريطانية، وفي ١٩٤١/١١/٢٩م تم شراء النصف المتبقي من الاسهم جمعية بريطانية هي جمعية ناشري الصحف ( The News Paper Publisher ) والتي تمثل الصحف اللندنية وبهذا اصبحت الوكالة مملوكة بالكامل للصحف البريطانية . وفي عام ١٩٤٦م دخلت رويترز في شركة مع جمعية الصحافة الاسترالية وجمعية الصحافة النيوزلندية، وعقدت الاتحادات الاربعة فيما بينها اتفاقا ينص على عدم السماح لاجراء اي تغييرات في الاسهم حتى عام ١٩٦٢م وكذلك الاتفاق على الاستقلال والاستقامة في خدمة الاخبار، وتعرضت رويترز الى منافسة الولايات المتحدة الامريكية ووكالة ناسا لكنها حافظت على قوتها في افريقيا ودول السوق الاوربية المشتركة وتعاملت الوكالة مع ٧٧ وكالة انباء وطنية وخاصة، وتبث رويترز كلمات تقدر بالملايين وتستطيع بث الاخبار عن الاحداث بعد دقيقتين او اقل من وقوعها.

وفي عام ١٩٦٠ اشترت بعض اسهم شركة الاخبار التلفزيونية العالمية ( Vis News ) وواصلت الشراء حتى عام ١٩٦٢م، إذ اشترت الشركة كاملة واعادت تسميتها لتطلق عليها شركة تلفزيون رويترز وتعد هذه الشركة الان اهم مصدر دولي للاخبار التلفزيونية. إذ تصل اخبارها الى ١,٥ مليار متلقي وتقدم خدماتها مباشرة الى جمهور وسائل الاعلام عن طريق الاتصال الفضائي والارضي، وتعتبر خدمات تلفزيون رويترز الاقدم والاهم من حيث الحالية والمتابعة والاحداث الجديدة في العالم، اما المنافس الوحيد لتلفزيون رويترز فهو خدمة اخبار تلفزيون اسوشيتدبرس التي بدأت عام ١٩٩٤م .

ويعتمد موقف وكالة رويتر كمؤسسة أخبار دولية رائدة على أربع عناصر للقوة هي:

١. شبكة أخبار ومعلومات دولية تعرف بسرعتها ودقتها واستقامتها وعدم تحيزها.

٢. شبكة اتصال متطورة باستمرار وخط إنتاج يتميز بالجودة والاتساع.

٣. دعم مالي شامل لتغطية الأوقات والأحداث الراهنة ولتوفير المعلومات التاريخية المطلوبة.

٤. سمعة دولية معترف بها إلى جانب تطورات وتطبيقات تكنولوجية متواصلة.

### وكالة الاسوشيتدبرس

يعود تاريخ هذه الوكالة الاخبارية الى منتصف القرن التاسع عشر اذ اجتمع في عام ١٨٤٨م مسؤولين يمثلون ست صحف في مدينة نيويورك وبالتحديد في مقر صحيفة نيويورك صن ليناقدشوا قضية التكاليف المرتفعة لجمع الاخبار وخاصة من اوربا بواسطة التلغراف وكان التلغراف كأختراع جديد قد جعل من نقل الاخبار عملية ممكنة وسهلة لكن ظلت تكاليف استخدامه مرتفعة بعض الشيء لدرجة لاتستطيع معها بعض الصحف توفير تلك الخدمات بشكل منفرد، وطرح ديفيد هال يومها حلاً يكمن في التعاون بين صحف مدينة نيويورك لمواجهة شركات التلغراف حتى لاتؤثر على تدفق الاخبار وعلى الرغم من الاختلافات التي ظهرت في حينها الا ان صحف نيويورك الست اتفقت في نهاية المطاف على خطة تاريخية مشتركة وكانت هي ولادة وكالة اسوشيتدبرس، وبدأت هذه الوكالة منذ نشأتها مهتمة بالاخبار وظلت متمسكة بهذا الاهتمام الى اليوم وتشارك في ملكية هذه الوكالة غير الربحية والسيطرة عليها في الوقت الراهن قرابة ١٥٥٠٠ صحيفة .

والاسوشيتدبرس عبارة عن اتحاد بين اشخاص يملكون او يمثلون الصحف، وعملها جمع وتوزيع وتبادل الاخبار من اجل نشر هذه الاخبار في الصحف التي يملكونها او يمثلونها، وبواسطة الاخبار التي تحصل عليها وتوزعها على الصحف تحقق زيادة في عدد مشتري وقراء الصحف ومشاهدي التلفزيون وبالتالي زيادة في حجم الاعلانات واسعارها وبهذه الطريقة وليس بطريقة بيع الاخبار تحقق الوكالة ارباحها . وقد نشطت الوكالة في اوربا عن طريق تعاقدتها مع هافاس ورويترز وولف وتعاونها في مجال الخدمة الاخبارية ولقيت الوكالة قبولاً من جانب الصحف الاوربية التي اعتمدت عليها كمصدر للاخبار التي ترد اليها من الامريكيتين، واخذ مجال التعاون بدعم الوكالة الى الحد الذي جعلها تجني الكثير من عوائد نشاطها وبالتالي جعلها تقف في المرتبة الاولى للوكالات العالمية . واسوشيتد برس تعتبر الوكالة الرئيسية المعتمدة في اتحاد امريكا الشمالية، ومرت الوكالة في منافسات هائلة اثرت عليها مادياً، إذ كانت تنافسها وكالة رويترز ووكالة يونائيتدبرس انترناشيونال ولكن انسحبت من المنافسة يونائيتدبرس وظل المنافس الوحيد لها رويترز .

ومن ناحية الخدمات التلفزيونية فقد بدأت المؤسسة التلفزيونية التابعة الى الوكالة بارسال اولى نشرات الانباء الى العالم في الساعة الرابعة من صباح يوم الاحد ١٩٩٤/١١/٢٣م، وتسمى APTV وغطت احداث هامة في العالم مثل زلزال الفلبين، احداث تيمور الشرقية، وحرب الشيشان .

وتعد وكالة اسوشيتدبرس اكبر وكالة انباء في العالم، وان اكثر من مليار متلقي يتعرضون لاجبارها كل يوم وتصل الى اكثر من ١٥٥٠٠ وسيلة اعلامية في ١١٢ دولة وتستخدم هذه الوكالة خمس لغات، وهناك من يعتبرها العمود الفقري لصناعة الاخبار في الولايات المتحدة الامريكية وتدفقها عبر العالم، فضلاً عن انها قامت بانشاء خدمات مالية قوية توفر المعلومات الاقتصادية والمالية بسرعة كبيرة وذلك بالاشتراك مع داو جونز التي تملك صحيفة الـول ستريت جورنال، وقد واجهت الوكالة تحدياً خطيراً يتمثل في تطور الخدمات الاخبارية على الانترنت، وقد قللت هذه الخدمة من ميزات التقليدية في تغطية الاخبار وتوزيعها، ورغم طرح حلول لها وهي عرض اخبار يوم الامس على الانترنت في حين تعرض اخبارها اليومية على مشتركها فقط إلا انها لازالت لم تحسم هذا الموضوع .

### وكالة الانباء الفرنسية

تعد هذه الوكالة الوريث لوكالة (هافاس) الفرنسية التاريخية التي أسسها اليهودي البرتغالي شارل هافاس في باريس في العام ١٨٣٥، وقد تعرضت مجموعة هافاس لأزمات مالية حادة آلت بعدها ملكيتها إلى وكالة الأنباء الفرنسية بوصفها مؤسسة عامة ذات شخصية مستقلة على الصعيد المالي والإداري.

تطورت وكالة الأنباء الفرنسية في بداية التسعينات لتصبح إمبراطورية منافسة، حيث استخدمت التكنولوجيا الإلكترونية المتقدمة في عمليات الإرسال.

وفي العام ١٩٩١ بلغ ما تبثه يومياً نحو نصف مليون كلمة باللغات الإنكليزية والإسبانية والعربية والبرتغالية والألمانية، بالإضافة إلى اللغة الأصلية الفرنسية .

وتعتبر وكالة الأنباء الفرنسية من الوكالات الإخبارية الدولية التي توفر لعملائها نصوصاً كاملة للمقالات، و تشمل اهتمامات الوكالة الفرنسية العديد من

الموضوعات السياسية والاقتصادية و الدبلوماسية و الثقافية و التجارية و الرياضية الدولية، بواسطة شبكة من مراسليها في كل قارات العالم .

### وكالات الانباء وتحديد الاجندة

هناك سؤال يطرح نفسه هو ما دور وكالات الانباء في تحديد الاجندة العالمية؟ وهذا السؤال تجيب عنه الدراسات والابحاث الى ان وكالات الانباء الدولية الاربع تحدد الاجندة الاخبارية لوسائل الاعلام في العالم كله، ذلك ان تكاليف عملية جمع الاخبار كبيرة، ولذلك فإن وسائل الاعلام تعتمد على هذه الوكالات بشكل مكثف في الحصول على الاخبار، وهذا يشير الى انه لكي يحصل أي حدث في العالم على الفرصة لكي يوضع على اجندة وسائل الاعلام وان يحصل على اهتمام العالم، فانه لابد اولاً ان يحصل على اهتمام وكالات الانباء الدولية الاربع، أي بمعنى ان تقرر هذه الوكالات انه حدث يستحق الاهتمام، وهذا يعني انه اذا لم يجذب الحدث اهتمام الوكالات العالمية الاربع فانه لا يحصل على امكانية ان يوضع على اجندة العالم، وعلى ذلك يرى آلين Allene ان وكالات الانباء الاربع تقوم بتحديد أجندة العالم على النحو الآتي:-

١. انها تحدد الاساس اليومي للاخبار، لان ما تعتبره هذه الوكالات أخباراً هو الذي يطبع في الصحف ويبث في وسائل الاعلام الاخرى.
٢. انها تحدد اهمية الاخبار، إذ يتم اعطاء اهمية لبعض الاحداث والتقليل من اهمية احداث اخرى.
٣. ان هذه الوكالات تضع القواعد التي يقوم على اساسها الصحفيون بجمع الاخبار.

وبما ان هذه الوكالات تعتمد بشكل اساس في عملية جمع الاخبار، واتخاذ القرارات حول اهميتها والمعلومات التي تتضمنها الاخبار والزوايا التي تركز عليها على المصادر الرسمية ولان المصادر الرسمية الحكومية في الولايات المتحدة الامريكية ودول الشمال هي اهم المصادر التي تعتمد عليها وكالات الانباء في تغطية الاحداث فان الولايات المتحدة الامريكية ودول الشمال تستخدم هذه الميزة للمحافظة على سيطرتها المحكمة على الاجندة السياسية العالمية.

### مستقبل وكالات الانباء العالمية



لازالت وكالات الانباء تسيطر على تدفق الانباء... لكن هناك الكثير من الشواهد على ان وضع السيطرة لن يستمر طويلاً، وان ثورة الاتصال سوف تؤدي الى الكثير من التحولات في مجال صناعة الاخبار، ومن اهم هذه الشواهد الآتي:-

١. تزايد عدد الناس الذين يحصلون على الاخبار عبر الانترنت: واخذ هذا التهديد يتزايد في الوقت الحاضر بعد التنامي المتزايد في استخدام الانترنت، وهو يشكل تهديد لكل وسائل الاعلام التقليدية، وفي مقدمتها الصحف والمجلات الورقية المطبوعة.

٢. ظهور مصادر اخبارية جديدة: مثل قناة (MSNBC) وهي قناة اخبارية انشأتها شركة ميكروسوفت بالاشتراك مع (CNN) و (NBC)، وتتميز هذه القناة بالقدرة على تمكين مستخدمي الانترنت من الحصول على الاخبار التي يريدونها وان يطلبوا ما يريدون من اخبار ومعلومات، واصبحت هذه الخدمة متاحة في الولايات المتحدة بشكل واسع اي يزيد مشتركها عن (٣٨) مليون مشترك، وهي تعرض اكثر من ثلاث ملايين صفحة يومياً، فضلاً انها تقدم تغطية مستمرة وسريعة وحالية للأحداث، وحسب طلب المشترك، وقد ظهرت اهميتها في الانتخابات الامريكية، إذ كانت تقدم النتائج دقيقة بدقيقة، وهو ما لا تستطيع اي وسيلة اخبارية اخرى تقديمه. كما انها تعمل على خلق تفاعل بين الجمهور والصحفيين العاملين في الميدان، وتوفر لهم الاتصال والتحاور مع صناع القرار والشخصيات السياسية، وهي عملة منذ ظهورها على اندماج وتكامل الاخبار التلفزيونية مع الانترنت، وبهذا تعد ركن اساسي من سياسة ميكروسوفت في السيطرة على الاخبار وجذب الجمهور، وهي بذلك اجرت تحولات كبيرة في عملية جمع الاخبار واستهلاكها، حيث اشارت احدى الدراسات انها تقوم بتوزيع ما يعادل (٢٠٠) مليون صفحة من الاخبار شهرياً، اي ما يعادل (٥,٢) مليون طبعة من صحيفة يومية.

واستمر ظهور مصادر اخبارية جديدة، إذ قامت (٨) شركات صحفية امريكية عام ١٩٩٥م بإنشاء شبكة قومية للاخبار المحلية على الانترنت، عرفت باسم شبكة القرن الجديد (New Century Network) وهذه الشبكة تقوم بتوفير الاخبار المحلية الامريكية بشكل مستمر للصحف بالاضافة الى المقالات والمعلومات الرياضية، وفي الوقت نفسه تقوم بمساعدة الصحف على التحول الى صحف الكترونية على الانترنت. كذلك قامت جريدة نيويورك تايمز الامريكية بإنشاء خدمة اخبارية عرفت باسم (The New York times news

( service ) واهي ترسل ٥٠ الف كلمة يومياً الى ٥٥٠ صحيفة منها (١٣٠) صحيفة خارج الولايات المتحدة الامريكية، وهناك ايضاً الاخدمة الاخبارية لجريدة واشنطن بوست ( Washington Post News Service )، والخدمة الاخبارية لجريدة لوس انجلس تايمز ( Los Angeles Time News Service )، والخدمات الاخباريتان الاخيرتان تنقلات (٦٠) الف كلمة يومياً الى (٦٠٠) صحيفة نصفها خارج الولايات المتحدة الامريكية.

٣. التلفزيون وصناعة الاخبار: يعد التلفزيون من اهم التطورات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات في هذا العصر على صناعة الاخبار، بعد ان اصبح المصدر الاول للاخبار، لاسيما بعد ظهر شبكة (CNN)، والتي يرى فيها احد الباحثين انها بداية العصر الثاني للتلفزيون، إذ اصبحت توفر خدمة خدمة اخبارية حية للنخبة السياسية، وقد كان الحدث الرئيس الذي ادى الى زيادة قوة (CNN) هو حرب الخليج عام ١٩٩١م. حيث لعبت دوراً مهماً في تغطية احداثها، وقدمت تغطية عنها ليس فقط لانباء الجمهور بل لصناع القرار في مكاتبهم، حتى انها اوضحت المربة العاكسة لما يجري من التطورات العسكرية في ارض المعركة، وبالتالي كانت ترسم ايدلوجية القوة الامريكية على العالم ( والتي سيتم تناولها في موضوع قادم). ان قوة التغطية التي تتمتع بها شبكة (CNN) والتي ادت الى نجاحها التجاري وجذب الجمهور لها والتي ادت الى تحولات كبيرة في سوق الاخبار الدولية، وادت الى زيادة السيطرة الامريكية على سوق الاخبار، كما ادت الى التأثير على صناعة الاخبار واساليب جمعها وصياغتها، وتسويق هذه الاساليب في كل انحاء العالم؛ دفعت الكثير من اصحاب الشبكات التلفازية الى السير على تفصيل برامجها على غرار شبكة (CNN) مثل (مؤسسة نيوز كوربوريشن) لصاحبها روبرت ميردوك.

ورغم ان وكالات الانباء العالمية قد تحولت بشكل سريع الى استغلال الحاجة الى الاخبار التلفزيونية، وتطرت نفسها في مجال صناعة الاخبار التلفزيونية خاصة وكالة رويترز، إلا ان هذه التطورات ستؤدي في النهاية الى ظهور لاعبين جدد، وهو بالتالي يؤدي الى انخفاض احتكار وكالات الانباء العالمية لصناعة الاخبار.

ويؤكد باحثون ان وكالات الانباء العالمية قد تناقصت سيطرتها الاحتكارية على صناعة الاخبار، لاسيما وان ثورة الاتصال والمعلومات فتحت مجالات جديدة لصناعة الاخبار، وظهور خدمات إخبارية متخصصة، وشركات تعمل لتوفير

نوعيات معينة من الاخبار، كل ذلك سيؤدي حتماً الى تناقص دور وكالات الانباء العالمية في تدفق الانباء والمعلومات.

## الايدولوجية الغربية لصناعة الاخبار

هناك مجموعة من التساؤلات التي يتوجب طرحها عند مناقشة الايدولوجية الغربية لصناعة الاخبار منها: كيف يتم اختيار الرسائل التي تتدفق عبر النظام الاعلامي الدولي؟ ثم كيف يتم اختيار الاحداث التي تجري تغطيتها؟ فضلاً عن كيف يتم انتقاء الاخبار من بين هذه التغطيات ليتم اذاعتها او نشرها؟ وباي الوسائل الاعلامية المناسبة؟ وهذه التساؤلات تؤدي بالنهاية الى الاجابة عن تساؤل رئيس هو ما هي المعايير التي يتم على اساسها انتقاء الاخبار واتخاذ القرارات بشأن صلاحيتها للنشر والاذاعة؟ ثم هل يؤدي تطبيق هذه المعايير الى تدفق الاخبار بحرية وتقديم صورة موضوعية للواقع؟

ظهر لدينا ان من اهم عيوب مناقشة التدفق الحر للانباء والمعلومات انها ركزت على اثبات ان دول الشمال تسيطر على تدفق الانباء، وانها تستخدم وكالات الانباء وبقية المؤسسات الاعلامية في السيطرة على هذا التدفق. لكنها لم تحاول الكشف على مسألة مهمة وهي الكشف عن الايدولوجية الخفية (The hidden ideology) التي يتم على اساسها صناعة الاخبار، حيث انها لا تسيطر على نشر واذاعة الاخبار بل ان الدول الغربية تسيطر على تصنيع الاخبار، وعلى كيفية جمع هذه الاخبار من خلال وضع معايير عالمية لهذا الجمع من الانباء والمعلومات، ويطلق على هذه المعايير القيم الخبرية (News Values) وتمثل هذه القيم جزءاً مهماً من الايدولوجية الاعلامية الغربية. إذ انه يتم على اساس هذه القيم الاخبارية اختيار الانباء التي تنشر من خلال الحكم على صلاحيتها للنشر بواسطة حراس البوابات الذين يتواجدون على طول حركة سلسلة تغطية الاحداث، كما يتم على اساس هذه القيم تقرير الاهمية النسبية للأخبار، والتفاصيل التي تتضمنها، وهناك من يشير الى ان هذه المعايير نتيجة عن عدم قدرة وكالات الانباء ووسائل الاعلام على نشر واذاعة كل ما يقع في العالم من احداث، لان ما يقع من احداث هو كثير جداً بحيث تعجز وسائل الاعلام مجتمعة على نشرها واذاعتها للجمهور، ومن هنا كان لابد من وجود معايير يتم على اساسها اتخاذ القرارات.

هذه المعايير او القيم الاخبارية لا يستخدمها فقط المسؤولون عن النشر في وكالات الانباء والصحف ووسائل الاعلام، ولكنها تشكل عمل الصحفيين في كل انحاء العالم، وتشكل قراراتهم بتغطية الاحداث، إذ انه يقوم كل مراسل او مندوب بإصدار حكم سريع على مدى صلاحية الحدث للتغطية من عدمه بناءً على هذه المعايير، وهل يستحق الحدث ان يقوم الصحفي بتغطيته ام لا؟ وحتى عندما يقرر الصحفي تغطيته فأن لحراس البوابات الاخرى رأيهم في نشره من عدمه. ولذلك يمر الخبر بعدة بوابات ربما يقلص من أحداثه وربما يتم اضافة وربط احداث اخرى معه حتى يتم نشره، وهنا تكمن الايدولوجية الغربية، ولهذا نلاحظ ان القوى الاحتكارية الاعلامية تعمل باستمرار على ربط العالم الاسلامي بالإرهاب، وتحاول جاهده على ربط اي حدث يؤذي البشرية بالعالم الاسلامي، الهدف من ذلك هو رسم ايدولوجية غربية على ان العالم الاسلامي يجب ان لا يمتلك قوى التطور التي تساعد على الوقوف بوجه الايدولوجية الغربية.

كما ان هذه القيم تستخدم في المفاضلة ما بين الاخبار وتقرير اي خبر ينشر أولاً ما بين الاخبار، واي خبر يجب ان لا ينشر، وبهذا فان هذه القيم تعمل على التقرير او التحكم في المعرفة التي تصل الى الجمهور عن الاحداث المختلفة في العالم.

وهذه المعايير تم وضعها في دول الشمال الغنية، وتم تبريرها بشكل واسع اعتماداً على الصيغة التجارية لوسائل الاعلام، وبانه قد تم تشكيلها لعدة اهداف منها:-

١. اعطاء الجمهور ما يريد من المعرفة بالأحداث العالمية.

٢. انها تؤدي الى زيادة توزيع الصحف.

٣. انها تؤدي الى زيادة نسبة المشاهدة للمحطات التلفازية.

وبالتالي ان هذه القيم تؤدي الى ارتفاع مستوى التعرض لوسائل الاعلام، وقد يكون هناك قدر من الحقيقة في هذه المبررات، إذ ان تحقيق الاهداف التجارية لوسائل الاعلام كان من اهم العوامل التي ادت الى تشكيل هذه القيم، لكن في نفس الوقت هذه المعايير عملت على تعزيز الايدولوجية الغربية في السيطرة على العالم، والعمل على رسم صورة نمطية لجمهور معين، وصورة ذهنية لجمهور آخر. يضاف الى ذلك ان هذه القيم تمثل مرآة مشوهة للواقع تعكس فقط ما تريده الدول الغربية، وتعكس ما تريده النخبة من المشهورين والاثرياء.

ان تطبيق هذه القيم الخبرية اصبح تطبيقه من قبل الصحفيين والاعلاميين:

١. يشكل جزءاً من الروتين اليومي للعمل الاخباري.
٢. طقوس اجرائية دفاعية عن قرارات النشر، وتبريد هذه القرارات.
٣. عند تطبيق هذه المعايير يتم على اساس انهم مراقبين محايدون يقومون بتوصيف الواقع كما هو.
٤. ان تطبيق هذه القيم يشكل جزءاً من المهنة.

ان هذه القيم الخبرية تؤدي الى تشابه الاخبار التي يجمعها المندوبون والمحررون الصحفيون، إذ اشارت دراسة اجريت عالم ١٩٩٠ على محرري ١٢ محطة تلفازية، حيث تم توزيع ٦٤ قصة خبرية على هؤلاء المحررين وطلب منهم القيام بترتيبها طبقاً لأهميتها الاخبارية، وكانت النتيجة ان جميع هؤلاء المحررين قد قاموا بترتيب هذه القصص بشكل متشابه، وان القصص التي احتلت مكانة مهمة هي تلك التي تتضمن اكبر قدر من القيم الخبرية.

### المعايير الاخبارية العالمية

١. التوقيت: وتعد من ابرز القيم الخبرية التي تعتمد عليها المؤسسات الاعلامية العالمية لاسيما وكالات الانباء الاربع التي تعتبر المصدر الاساس للتغذية بالاخبار والمعلومات، إذ يتم توجيه الصحفيين والمراسلين الى البحث عن المعلومات الحديثة، وهذه الحداثة تعتمد على توقيتات صدور الصحيفة، وهي تختلف من وسيلة اعلامية الى اخرى، فالجريدة اليومية تحتاج الى الاخبار التي جرت في اليوم الماضي، بينما الجرائد والمجلات الاسبوعية تحتاج الى معلومات وخلفيات عن الاحداث التي تجري خلال الاسبوع، في حين ان المحطات التلفزيونية مثل الـ ( CNN ) تعتبر الاخبار الحديثة لها هي تلك التي تجري الآن او منذ ساعات قليلة.

ولذلك يعتبر الصحفيون انه كلما كانت القصة الخبرية حديثة وآنية كلما زادت اهميتها، بينما تقل اهميتها كلما تقادم الزمن على حدوثها، وقد لعبت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة حدة السرعة وتنافس وسائل الاعلام على جذب الجمهور عن طريق النقل الحي للاحداث، والبحث عن المعلومات الحديثة والاخبار العاجلة، وادى هذا التسارع وكثافة الاحداث والمعلومات الى تناقص

قدرة الصحفيين على تدقيق مصداقية كثير من الاخبار والمعلومات، فضلاً على عدم قدرتهم على اعادة تحريرها وصياغتها بشكل مقبول لدى الجمهور، وهو ما ولد لدى الجمهور شكوك بمدى مصداقية الاخبار والتقليل من جودة المضمون الذي تقدمه وسائل الاعلام، وتناقص نوعية المعلومات، وبالتالي ادى الى تغيرات سلبية في اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاعلام، إذ ان النقل السريع للاحداث والبحث عن المعلومات الجديدة، واختيار الاحداث الحديثة ادى الى تناقص معرفة الجمهور وتناقص المعلومات، فالجماهير لا تحصل على المعلومات الكافية عن اي حدث بحيث تستطيع ان تحدد موقفها منه، او ان تفهم هذا الحدث بشكل كامل، ان النقل السريع للاحداث واغراق الجمهور بكل ما هو حديث ادى الى عدم قدرة الافراد على تحديد موقفهم منها، وبالتالي عدم قدرته على المشاركة في شؤون المجتمع، وهو ما ادى الى تحجيم وظيفة الاعلام في التراكم المعرفي للجمهور.

ان مشاهدت الاحداث حال وقوعها تحتاج في الوقت نفسه الى معالجه اشمل واكثر عمقاً لهذه الاحداث، ولا يحتاج الجمهور الى تلك التغطية السريعة المبهرة التي تقلل قدرته على الفهم، فضلاً عن ذلك ان التغطية السريعة للاحداث تجعل الناس ينسون الاحداث القديمة بشكل مستمر، وهو يؤدي الى الاهتمام بالاحداث قصيرة المدى، وتجاهل العمليات طويلة المدى، وهو ما يؤدي الى ان يفاجأ العالم بالكثير من الاحداث الكبيرة، مثل انهيار الاتحاد السوفيتي، والعراق، ومصر، وليبيا، واليمن، والفضائح المحاسبية في الشركات الامريكية، كما ان الاهتمام بالتوقيت يؤدي الى تعميم الكثير من الاحداث مثل الانتفاضة الفلسطينية، لان المؤسسات الاعلامية لا تستمر بمتابعة الاحداث، وهو ما يؤدي الى قيام الكثير من الحركات السياسية بالاعمال العنيفة حتى تبقى قضيتها حية في الاذهان، ولتعيد وضع قضيتها على الاجندة الاخبارية، كما ان من سلبياتها او وكالات الانباء ووسائل الاعلام لا تهتم بالمعلومات الخلفية بالرغم من اهميتها لفهم الاحداث الجديدة، وهو ما يؤدي الى تشويه الكثير من قضايا الشعوب، إذ ان معظم الصراعات والحروب الاهلية والمجاعات والكوارث الانسانية التي يتعرض لها شعوب دول الجنوب هي نتاج لعقود طويلة من الاستغلال والاستعمار.

وبالرغم من ان التوقيت للاحداث والمعلومات حالة نسبية في كثير من الاحيان حيث تلجأ المؤسسات الصانعة للاخبار في الدول الغربية باستدعاء معلومات قديمة لتربطها باحداث جديدة إذا كان هذا الربط يخدم مصالحها مثل استخدام موضوع حقوق الانسان عند رغبتها التضييق على اي دولة في الشرق الاوسط.

ان هذا النقد الموجه الى قيمة التوقيت يحتاج من دول الجنوب الى تقييم هذه السليبيات والبحث عن صناعة اعلامية جديدة تعتمد على:-

أ- التغطية الشاملة للاحداث وتحليل وتفسير هذه الاحداث ونقل اراء الجماهير والتركيز على الجوانب الانسانية وادارة الحوار حولها.

ب- التركيز على خلفية الاحداث ووضعها في نسقها التاريخي.

ت- متابعة الاحداث بشكل يوفي بحق الجماهير في الحصول على المعلومات.

ث- الربط بين الاحداث بشكل عادل، وان لا يكون هذا الربط لاهداف دعائية او أيديولوجية.

ج- تعزيز الارتباط بين الوسائل الاعلامية والجمهور والاهتمام باستطلاعات الرأي.

٢. النخبوية: يعد النظام الاعلامي الدولي إعلامنا نخبياً بعد ان اصبحت وكالات الانباء ووسائل الاعلام تركز على النخبة بشكل اساسي... وهناك ثلاث اشكال من التركيز على اخبار النخبة هي:-

أ- التركيز على دول النخبة: وهو يعني ان التغطية الاخبارية تركز على دول النخبة مثل الولايات المتحدة الامريكية، ودول اوربا الغربية، او كل ما يهم هذه الدول زادت احتمالات بثه عبر وكالات الانباء، بل ان الصحفيون يقومون بترتيب الاخبار على اساس هرمي تحتل فيه الولايات المتحدة الامريكية رأس الهرم، فضلاً على ان يكون التركيز على الرؤيا الامريكية للاحداث، إذ اشارت دراسة قام بها عالم الاجتماع هربرت جانز ان هناك نظام قيمي امريكي يطبقه الصحفيون الامريكيون على الاخبار ويقومون على ضوءها بصياغة قراراتهم بنشر الاخبار او اذاعتها وهذا النظام يتكون من الاتي:-

(١) المركزية العرقية الامريكية: اي رؤية الاحداث بعيون امريكية

(٢) الديمقراطية الامريكية: اي تطبيق الديمقراطية طبقاً للنموذج الامريكي، ولذلك فهم يقومون بتغطية اي اشكال اخرى للحكم مهما كانت ديمقراطيتها على انها تقوم على الفساد.

(٣) الراسمالية: تفضيل النظام الرأسمالي الامريكي، ويعتبرون على ان اي نظام اقتصادي اخر هو نظام منحرف.

ب- التركيز على النخبة الرأسمالية العالمية: ادى التركيز على ملكية وسائل الاعلام، وتزايد سيطرة الشركات الامريكية والاوربية الى ان تتحول وسائل الاعلام الغربية الى وكالات للتحكم الاجتماعي لصالح النخبة السياسية والاقتصادية والثقافية المسيطرة. إذ انها تقوم بالتركيز على الاخبار التي تحقق مصالح الرأسمالية العالمية. لذلك فان المؤسسات الاعلامية تقف دوماً مع الشركات ضد العمال ومع الاغنياء ضد الفقراء، ومع الخصخصة والسوق الحرة ضد اي اصلاحات للسوق او تجارب للتنمية، ومع سيطرة الولايات المتحدة الامريكية ضد اية حركات ثورية تستهدف تحقيق التغيير الاجتماعي، ولذلك فان الجمهور يتلقى فقط تلك المعلومات التي تروج للقيم التي تريدها الشركات، فضلاً عن ذلك اخذت وسائل الاعلام تقوم بدور المروج لقرارات اعمدة الرأسمالية الممثلة بالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي ومنظمة التجارة الحرة.

ت- الاشخاص النخبة: تركز وسائل الاعلام على مجموعة من الاشخاص وتهتم بمتابعة اخبارهم وتحركاتهم، وبالتالي فإنها تقدمهم كنموذج للسلوك الانساني. راجع المنهج المقرر.

٣. السلبية: عادة ما يرى الصحفيون ان الاخبار السلبية هي اخبار جيدة بالنسبة لوسائل الاعلام، وبهذا تفضل وسائل الاعلام الاخبار السلبية عن الايجابية. وهناك من يرى ان لهذه الاخبار أيديولوجية غربية، ألا وهي نشر اخبار دول الجنوب والاحداث التي تجري فيها من انقلابات واضطرابات ومما يوفر الغطاء المناسب لتدخل دول الشمال فيها لاسيما الولايات المتحدة الامريكية كما حدث في ليبيا عند اسقاط حكم الرئيس القذافي، كما ان نشر الاخبار السلبية يمهد الى تقبل الضمير الغربي لاي اعتداء تقوم به الولايات المتحدة الامريكية، فضلاً عن ان نشر الاحداث السلبية عن دول الجنوب يعمل على الحفاظ على استقرار دول الشمال لاسيما الولايات المتحدة الامريكية، ذلك ان تعرض الجماهير لاحداث دول الجنوب يجعلها تشعر بأن المجتمعات الامريكية والاوربية افضل كثيراً من بقية دول العالم الاخرى فضلاً انه يجعلهم يعتقدون ان النظام الرأسمالي والديمقراطي هو شرط اساسي لاقامة مجتمع مستقر وعقلاني وسلمي. كما ان الاخبار السلبية تساهم في رسم صورة مشوهة لابناء الجنوب وهي تساهم في اشباع شعوب الغرب للشعور بالتفوق والسيادة والرضا عن الذات وبالتالي تساهم في تحقيق الاستقرار الداخلي للمجتمعات الغربية، وبهذا يمكن القول ان التركيز على الاخبار السلبية لا يأتي لتحقيق اهداف تجارية لوسائل الاعلام فقط كما تحاول وسائل الاعلام الغربية تصوير ذلك، وانما تستخدم لتحقيق اهداف ايديولوجية.



٤. الشخصية: ما هي الشخصية؟ وكيف تقوم وسائل الاعلام بشخصنة الاحداث؟... الشخصية هي قيام وسائل الاعلام بالبحث عن الزوايا الشخصية المتعلقة بالشخصيات المشهورة والتركيز عليها اكثر من غيرها من الجماعات والاشخاص مثال على ذلك شخصنة ماجرى في العراق ومايجري في سوريا ومايجري في ليبيا وافغانستان. اما كيف تقوم وسائل الاعلام بذلك؛ فانها تقوم من خلال البحث عن الزوايا الشخصية للاشخاص الذين هم يمثلون قلب الحدث او التي ترى وسائل الاعلام انهم يمثلون مواقع مهمة في الاحداث العالمية. وتركز وسائل الاعلام الامريكية على نوعين من الاشخاص هم:-

- اشخاص معروفون وتصل نسبتهم ٧٠-٨٥% من الاخبار المحلية الامريكية مثل الرؤساء والمرشحون للرئاسة والموظفون الذين يحتلون مواقع قيادية على المستوى الفدرالي، والموظفون الذين يحتلون مناصب قيادية على مستوى الولايات والمستويات المحلية، واخيراً الاشخاص الذين يرتكبون اعمال عنف او يتهمون بذلك او ينتهكون القانون.

- اشخاص غير معروفين وهم لا يظهرون إلا اذا كانت الاحداث تفرض ذلك وتظم هذه المجموعة الاشخاص الذين يقومون باعمال الشغب او الاضطرابات او الاضرابات او يقومون باعمال العنف او الخروج على النظام.

لكن السؤال الذي يطرح نفسه لماذا تركز وسائل الاعلام الامريكية على الاشخاص؟ هناك من يرى انه متأتى لاهداف تجارية فالاسماء تصنع الاخبار والجماهير تريد هذه الزوايا الشخصية في الاخبار، لكن هناك من ينظر الى ان هناك اهداف ايديولوجية؛ مثلاً ان التركيز على الشخصيات الامريكية يعطي قوة لهذه الشخصيات على انها هي التي تحافظ على النظام العالمي، كما ان هناك جانب اخر هو تحميل الاشخاص اخفاقات النظام الرأسمالي وهذا ما حصل في فضيحة شركة انرون وورلد كوم.

كما ان استغلال الشخصية في الانتخابات تؤدي الى طريقة تسويق المرشحين للرئاسة الامريكية وهذا ادى الى انه ماعاد المواطن الامريكي القدرة على التحليل والتفسير والاختيار، هذا بالنسبة للاحداث المحلية او الداخلية، اما على المستوى الخارجي فأن شخصنة الاحداث قد ادى الى اختزال الكثير من الاحداث والمشكلات الكبرى في عدد من الاشخاص وادى الى التقليل من اهمية هذه الاحداث وتسطيح معرفة الناس عنها مثال على ذلك شخصنة الحرب على العراق بانها بين رئيس الولايات المتحدة الامريكية ورئيس العراق، كما ان الشخصنة التي تجري مابين الرئيس السوري والمجتمع الدولي، والشخصنة التي

جرت عام ٢٠٠٢ عندما قامت القوات الاسرائيلية بمحاصرة رئيس السلطة الفلسطينية آنذاك ياسر عرفات كان الهدف منها شخصنة الاحداث ومحاولة عزل الرئيس عن شعبه.

٥. الصراع: الصراع غريزة انسانية وجدت مع وجود البشرية ولذلك وسائل الاعلام تركز عليها وتكثر من بث الاحداث التي فيها صراعات سواء كانت بين الافراد او الدول وحتى الافكار والمجتمعات مثال على ذلك الحروب والثورات والانقلابات ومباريات كرة القدم والانتخابات لكن هناك تساؤلات منها هل تركز وسائل الاعلام على عرض الصراعات لاشباع الغريزة الانسانية؟ ام لاغراض تجارية؟ ام لاغراض اخرى؟ وللجابة عن هذا يمكن القول ان وسائل الاعلام تركز على الصراعات للأسباب التالية:-

- ابعاد شعوب العالم في التفكير بالقضايا الانسانية المهمة.

- التركيز على الصراع ضد عدو خارجي.

- السعي الى تأجيل الصراعات الداخلية.

وبهذا ركزت وسائل الاعلام على الشيوعية بوصفها عدو حقيقي وبعد انتهاء الاتحاد السوفيتي بدأ التركيز على عدو محتمل هو الارهاب والاسلام وتبقى تحاول الولايات المتحدة الامريكية انتاج صورة الانا الامريكية المتفوقة في مواجهة صورة الآخر الشرير.

٦. الاثارة: وهي تلك الاحداث التي تجذب انتباه أكبر عدد ممكن من الجمهور، إذ اخذت وسائل الاعلام بالتركيز على الصراعات المثيرة وهذا ماتذهب الية دراسة ان ٣٠% من الاخبار التي يتلقاها المجتمع الامريكي تدور حول علاقات جنسية ٢٣% اخبار التلفزيون حول الجريمة، كما زادت اخبار الفضائح الى ١٥% وهو ما يؤكد ان هذه الاخبار تكون على حساب اخبار اخرى مهمة مثل الشؤون الخارجية والسياسة والتعليم والرفاهية الاجتماعية ويذهب باحثون الى القول ان وسائل الاعلام الامريكية اصبحت تعاني من افلاس اخلاقي، واكثر الصحف من استخدام S3 وهو تقليد اوجده روبرت مردوك بعد عام ١٩٦٩م ويتضمن ارتفاع نسبة اخبار الفضائح والجنس والرياضة واستخدمها في البداية في صحيفتي نيوز اوف وورلد والصن البريطانية، فضلاً عن تبليد الصحف وهي الذهاب باخراج الصحف على مقاسات نصفية.

٧. التسلية: من بين وظائف الاعلام هي التسلية وهي توجيه الفرد الى المسلية إذ ان هناك توجه على ان الاخبار التي تكون غير مسلية لا يتم تغطيتها من قبل وسائل الاعلام، وهو ما يؤدي الى ان كثير من الاخبار المهمة لا يتم تغطيتها كونها تكون غير مسلية، وقد اوضحت دراسة امريكية من الصحفيين لا يغطون الاحداث مهما كانت اهميتها إذا كانت كئيبة وغير مسلية وبهذا فان الاخبار ذات الطبيعة العلمية والثقافية والاقتصادية لا يتم تغطيتها بالشكل الكافي، ويبدو ان وسائل الاعلام اصبحت وسائل تسلية حتى انه اختفت الحدود الفاصلة ما بين التسلية والاخبار في التلفزيون حتى اصبحت تقدم على انها مشاهد تسلية مثل احداث الحرب والصور التي ترافقها اصبحت تقدم باعتبارها لعبة تكنولوجيا مبهرة، وتسعى من وراء ذلك الى وقف التفكير عند مشاهدة الاخبار. وهو ما دفع الكثير من الباحثين على التساؤل عن دور وسائل الاعلام : هل وسائل الاعلام تنفذ التزاماتها بتوفير المعلومات الاساسية للقراء لكي يستطيعوا ان يصدروا احكاما صحيحة على الشؤون الخارجية؟ وللجابة عن ذلك بالنفي ذلك ان مصطلح التسلية المعلوماتية قد اصبح هو المصطلح الذي يصف بدقة تركيز وسائل الاعلام على الثثرة والاخبار الخفيفة. وبهذا زالت الحدود بين التسلية والاخبار واصبحت حتى الاخبار التي تقدم في القنوات الفضائية مشابهة لاخبار صحف التابلويد.

٨. الضخامة: وكالات الانباء تتجاهل الاف الاحداث الصغيرة وتميل الى نشر الاحداث الكبيرة ويعود ذلك الى سببين اولهما الاحداث الكبيرة في ناس كثر ممكن ان يتابعوها، إذ انه كلما زاد عدد من يتصور حراس البوابة انهم سيهتمون بالحدث زادت احتمالات نشره، فضلاً عن ذلك ان تغطية وسائل الاعلام للاحداث تتم على مدى اهتمام الناس بهذا الحدث ورغبة الجمهور بمتابعة تلك الاحداث وهذا يؤدي بالنتيجة الى اهتمام وسائل الاعلام بالقضايا المحلية لبلدانها وبالتالي التركيز على دول الشمال لان اغلب وسائل الاعلام العالمية هي من تلك الدول وجمهورها من الشعوب نفسها بالاضافة الى شعوب العالم الثالث. اما السبب الاخر فهو ضخامة من يشملهم الحدث وهذا يعني انه كلما زاد من يشملهم الحدث زادت تغطيته اي بمعنى انه كلما زاد عدد القتلى في اي حدث يتم تغطيته من قبل وسائل الاعلام، وهذا يؤدي الى ان الموت الطبيعي المنفرد مهما كان لا يتم تغطيته وفي دراسة اشارت الى موت اكثر من ٧٦٥٦ شخصاً في حودث المرور كل يوم لكن لا يتم تغطيتها لان الموت فيها منفرد بينما موت عشرة اشخاص في حادث تفجير طائرة يمكن ان يكون حدثاً وتجري عملية تغطيته، وهناك يموت ٢٢٤١ شخصاً بالانتحار كل يوم و ٨٠١ يقتلون كل يوم لكن

وسائل الاعلام لاتهتم بتغطية الحدث الا اذا كان عدد القتلى كبير في حادث واحد، وتقدر احصائيات الصليب الاحمر الدولي انه منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية قتل اكثر من ٢٠ مليون شخص في مائة صراع وجرح ٦٠ مليون شخص لكن هذه الصراعات تتجاهلها وسائل الاعلام، ولا تقوم بتغطيتها إلا اذا كانت مصلحة الولايات المتحدة الامريكية تتطلب ذلك. وعادةً ما تكون التغطية متحيزة للبيض عن السود او الملونين إذ تتم التغطية على الحدث عندما يتعلق بالبيض الاوربيين والامريكيين والاسرائيليين حتى ولو كان لشخص واحد مثلاً يحدث الان في حالات الخطف التي تجري في العراق وافغانستان وسوريا. وهو يمثل التعامل العنصري مع البشر. ومثال اخر هو مركز التجارة العالمي وكيف لازالت تجري تغطيته لاهداف منها التذكير ببراءة الذين كانوا يتواجدون فيه ومدى بربرية من قام بتفجيره ويتناسون كل عمليات الاجرام الاخرى التي تقوم بها القوات الامريكية في العراق وافغانستان وبقية دول العالم، بل ان وسائل الاعلام مثل قناة CNN تصدر تعليمات الى مندوبيها لتقليل التغطية على الاخبار التي تتضمن قتل اعداد كبيرة جراء التواجد الامريكي في افغانستان خشية رد الفعل الشعبي الامريكي.

٩. العواطف والاهتمامات الانسانية: تزداد تغطية الموضوعات والاحداث التي تتضمن اثارة العواطف الانسانية مثل الحب والخوف والكراهية والعطف والشفقة او المثيرات الغرائزية مثل الجنس او مايتعلق بالاطفال والنساء، وتستغل وسائل الاعلام اهتمام الناس بالاخبار التي تثير العواطف الانسانية لتتلاعب بالعواطف للحصول على استجابات عاطفية سريعة من الجمهور ناتجة من عدم الفهم للاحداث وعدم القدرة على تحليلها وتفسيرها، ونلاحظ ذلك عندما اطلق العراق صواريخ الى الكيان الصهيوني كيف غطت وسائل الاعلام صراخ الاطفال والنساء وربطت ذلك بالاضطهاد والمذابح التي تعرض لها اليهود على يد هتلر، وكان الهدف من ذلك هو زيادة تعاطف الاوربيين مع اليهود ضد العرب، وتناسب وسائل الاعلام الغربية ما مدى القتل الذي يحدث يومياً لاطفال العراق بسبب الحصار الاقتصادي آنذاك والقتل الصهيوني لاطفال فلسطين كل يوم، وتركز وسائل الاعلام على الاطفال لسبب مهم وهو جذب تعاطف النساء في دول الشمال للتضامن مع القرارات التي تتخذها حكوماتهم.

١٠. التأثير: تميل وسائل الاعلام الى اختيار الاخبار التي ترى ان نتائجها يمكن ان تؤثر على اكبر عدد من الجماهير، كما انها تعمل على اختيار الاحداث التي تقع في محيطها وبالتالي تركز وسائل الاعلام العالمية على الاخبار الامريكية والاوروبية لا نها هي التي تعني شعوبها المتلقي للمعلومة وبالتالي

يؤدي ذلك الى عدم الاهتمام بالشؤون العالمية ودول العالم الثالث، وفي الوقت نفسه تعمل وسائل دول الجنوب على نقل هذه الاحداث دون ان تعي خطورتها، ويؤدي ذلك الى تجاهل وسائل الاعلام في دول الجنوب للكثير من الاحداث التي تؤثر على جماهيرها بشكل اكبر في الوقت الذي تنقل فيه اخباراً تم اختيارها للمستهلك الاوربي، وهو ما يعطي انطباع للمتلقي الجنوبي ان مصالحه تعتمد على دول الشمال وبالتالي تزايد التبعية الفكرية والسياسية للغرب.

١١. الانحراف: تميل وسائل الاعلام الى تغطية الاحداث غير المألوفة وبالتالي تنظر الى الحدث في ضوء الانماط الثقافية الغربية، وكل ما يمثل انحرافاً عن هذه الانماط الثقافية يتم تغطيته، وهو ما يؤدي الى الحفاظ عن النظام الاجتماعي الغربي ويدين اي محاولة للخروج من هذا النظام، وبالتالي فان المتمردين عن النظام الغربي يعاملون كمطرفين يكسرون النظام القيمي وتنزع عنهم الشرعية مثل المتعصبين الدينيين.

لذلك فان تقييم الاحداث طبقاً لما هو منحرف وما هو مشروع يتم طبقاً للمنظور الغربي وانطلاقاً من المصالح الامريكية. إذن ليست القضية هي اختيار الاخبار الغير عادية او المنحرفة، ولكن تغطية احداث دول الجنوب باعتبارها تمثل انحرافاً يؤدي الى تزايد الاتجاهات السلبية نحو هذه الدول.

١٢. الثقافة السائدة: ان النظام الاعلامي الدولي ينظر الى العالم بعيون أنجلو- أمريكية، ويعرض هذا العالم بناءً على الرؤية الانجلو امريكية التي تعكس رؤية يهودية مسيحية، فضلاً عن عرضها من وجهة نظر البيض.

لذلك فان العالم يتلقى معرفة محدودة بحدود النظرة الغربية للكون والحياة والشعوب، وطبقاً لهذه النظرة يتم تحديد ما هو مشروع وما هو منحرف، ويتم اضعاف الشرعية على العدوان الامريكي الاوربي على الشعوب الضعيفة.

والثقافة الغربية لا تشكل فقط نظرة الصحفيين للأحداث، ولكن تؤثر ايضاً على رؤية الصحفيين الذين ينتمون لدول الجنوب لهذه الاحداث، ويرجع ذلك للتبعية الثقافية للغرب، وهذا يعني ان الثقافة الغربية تشكل نوعية المعرفة التي يتلقاها العالم.

## منظومة قيم جديدة لصناعة الاخبار

مادام ان منظومة القيم الاخبارية الغربية تشكل ايدولوجية غربية كان لزامنا على دول الجنوب البحث عن ايجاد قيم اخبارية تناسبها وهذا يتطلب منها تحديد الهدف من هذه القيم هل تريد تغطية سريعة للاحداث بحيث تنافس دول الشمال ام الهدف تغطية شاملة ومتعمقة للاحداث.. وللجابة عن هذا الهدف يجب ان نعرف انه لايمكن التخلي عن سرعة الحصول على الحدث وهو ما يمثل تنافس مع المؤسسات الاعلامية في الشمال لكن الوقت في نفسه يجب ان تعمل المؤسسات الاعلامية في دول الجنوب على المحافظة على الهدف الاخر وهو التغطية الشاملة والمعمقة للاحداث.. وفي اطار هذا يجب ان تركز وسائل الاعلام في دول الجنوب على الاتي:-

١. الاهتمام بمتابعة كفاح الشعوب.
٢. الاهتمام بخلفية الاحداث.
٣. الاهتمام بمساعدة الجماهير على تفسير الاحداث، على ان لا يكون هذا التفسير يحتوي على نوع من الرأي ضد اي طرف من اطراف الحدث.
٤. عرض اراء الجماهير واشراكها في صياغة الخبر وعرض التجارب الانسانية.
٥. الاهتمام بالقرب الحضاري والثقافي والجغرافي عند تناول الاحداث.
٦. التركيز على الجوانب غير الشخصية للاحداث اي عدم شخصنة الاحداث وعدم التركيز على النخبوية فيها.

## الاعلام الدولي وصناعة القرار

### الاعتماد على المصادر الرسمية

تطرقنا في محاضرات سابقة عن احد اركان الايدولوجية الغربية لصناعة الاخبار وهو معيار القيم الاخبارية التي تعتمد على وسائل الاعلام الغربية اما الركن الثاني من الايدولوجية فهو الاعتماد على المصادر الرسمية وهو الذي ادى الى زيادة قوة السلطة في مواجهة الجماهير، وادى الى ان يكون خطاب السلطة هو الخطاب المسيطر وبهذا ضعف اي خطاب يتحدى الرؤية الرسمية

للسلطة فضلاً عن ذلك المصادر الرسمية تمتلك القوة التي تتيح لها حدود المناقشة حول مايمكن ان يتم تغييره وما يجب ان يظل مستقراً.

ولذلك السلطة في كل دول العالم طورت من قدراتها في صناعة المصادر الرسمية للاخبار والتي تتمثل بالمتحدثين الرسميين والخبراء واجهزة العلاقات العامة بحيث يجد الصحفيون ان المؤسسات الرسمية تعد لهم تفاصيل الاحداث التي لا يتطلب اجراء تغييرات عليها سوى اضافات بسيطة او معالجات تحريرية قليلة ومن ثم يتم بثها مباشرة عبر الوسيلة الاعلامية، وهذا ساعد في تقليل التكاليف التي تواجهها المؤسسات الاعلامية، وقد اثبتت دراسة امريكية ان هناك اكثر من ٧٥% من الاخبار التي تنشر عبر وسائل الاعلام؛ يتم الحصول عليها من المصادر الرسمية اي المتحدثين والعلاقات العامة في المؤسسات الرسمية. وهذا يدل على ان الواقع يتم تشكيله بواسطة رجال العلاقات العامة والمتحدثين الرسميين وهذا يؤدي الى زيادة قوة الولايات المتحدة الامريكية في تحديد اجندة وسائل الاعلام وبالتالي تحديد الاجندة العالمية.

### شروط اختيار مصادر الاخبار

ان الايدلوجية الغربية حددت ثلاث شروط لاختيار المصدر الذي يمكن ان يعتمد عليه الصحفي في الحصول على المعلومات وهذه الشروط هي:-

١. السلطة: اي ان السلطة التي يتمتع بها المصدر تزيد من اهميته كمصدر للمعلومات.

٢. المصادقية: ترى وسائل الاعلام العالمية ان المصادر الرسمية تتمتع بمصادقية اعلى لذلك اصبح لدى الصحفيين ميل اكثر لتصديقها ودفع الجمهور لتصديق ذلك. رغم ان كثير من تصريحاتهم ثبت عدم دقتها.

٣. الاتاحة او القدرة على الوصول الى المصدر: توفر الشخصيات الرسمية الغربية كادر اداري واعلامي ناجح في ادارة وترتيب لقاءات الصحفيين مع الشخصيات الرسمية على عكس دول الجنوب التي لايرغب متحدثيها الرسميين ولاشخصياتها السياسية من الخروج والتحدث امام وسائل الاعلام.

## من يصنع الاخبار

### دور البيت الابيض في صناعة الاخبار

اثبتت دراسة امريكية ان متوسط الخطابات التي يلقيها الرؤساء الامريكان تقدر بحدود ٢٥ خطاباً شهرياً وكل خطاب من هذه الخطابات مصمم ليكون تغطية اخبارية داخل الولايات الامريكية وخارجها، وبذلك فان الرئيس الامريكي يشكل الاجندة السياسية لوسائل الاعلام، ويشكل الصورة المفضلة له وللسياسات الامريكية، وفي كثير من الاحيان هذه الخطابات تؤثر في الراي العام الامريكي والغربي وحتى على الراي العام العالمي كله.

كما اكدت دراسة اخرى ان البيت الابيض يسيطر على وسائل الاعلام من خلال تزويد المراسلين بالاخبار والمعلومات عن ما يجري في الاجتماعات والمؤتمرات والتصريحات الصحفية التي يطلقها قادة البيت الابيض، ويرجع تزايد دور البيت الابيض في صناعة الاخبار الى فترة الرئيس ريجان الذي طور مجموعة من الوسائل عرفت في فن التحكم في الوصول الى المعلومات، وهي عملية تقوم على مساعدة الصحفيين في الوصول الى المعلومات والاخبار التي يريد البيت الابيض ان تصل الى الجماهير وحجب المعلومات التي لا يريد لها الوصول الى الراي العام، ولذلك نجد اكثر من عشرة الاف مراسل يتواجد في واشنطن وكلهم يسعون الى تنمية علاقاتهم مع شخصيات بارزة في البيت الابيض، ولهذا يرى باحثون مثل جربنر ومولانا وشيلر ان البيت الابيض هو الذي يحدد الاجندة الاخبارية لوسائل الاعلام .

### دور وزارة الخارجية الامريكية في صناعة الاخبار

تقوم وزارة الخارجية الامريكية بصناعة الاخبار لوسائل الاعلام عبر شبكة سفاراتها المنتشرة حول العالم وذلك بتوفير المعلومات للصحفيين وخلق علاقات معهم، فضلاً عن ذلك تقوم وكالة المعلومات الامريكية والتي تتبع لوزارة الخارجية بتوفير المعلومات للصحفيين. وتعد البيانات التي تصدرها وزارة الخارجية يومياً مؤسسة اعلامية بحد ذاتها إذ يتجمع خبراء الاعلام والعلاقات العامة في الخارجية الامريكية ليصدروا بياناً في الساعة الثانية عشر والنصف يحددون فيه العالم، وهذا التحديد طبقاً لرؤية وزارة الخارجية الامريكية وهو يأخذ طريقه للنشر في الصحف والمحطات الفضائية في الولايات المتحدة الامريكية ودول العالم اجمع.



### دور البنتاجون في صناعة الاخبار

تعد وزارة الدفاع الامريكية احد اكبر احتكارات جمع الاخبار والمعلومات ومعالجتها. لذلك تزايد تأثير البنتاجون على الرأي العام في امريكا والغرب حتى اصبح له تأثير واضح في السياسة الاعلامية العالمية، حتى انه اشار وليم فولبرايت رئيس لجنة العلاقات الخارجية بمجلس الشيوخ الامريكي ان ماينفق على جمع المعلومات ومعالجتها من قبل وزارة الدفاع يفوق ما تنفقه وكالتي اسوسيتدبرس ويونايتدبرس، وشبكات التلفزيون الامريكية وعشر صحف مجتمعة.

ويتزايد دور وزارة الدفاع في التحكم بالاخبار وجمعها في الحروب وهذا ما تم ملاحظته اثناء حرب الخليج والغزو الامريكي للعراق ، كما قامت وزارة الدفاع بانشاء مكتب التأثير الاعلامي وذلك لبث معلومات تهدف الى تشكيل مواقف الجمهور والتحكم في اتجاهاتهم.

ولكن هل الاعتماد على المصادر الرسمية يأتي في صالح وسائل الاعلام والصحفيين على السواء؟ الجواب على ذلك ما اوضحته الكثير من الدراسات التي اشارة الى تناقص مصداقية وسائل الاعلام الامريكية وان وسائل الاعلام اصبحت اداة بيد الحكومات وفي ايدي الاقوياء، وهذا قلل من مصداقية الجمهور لوسائل الاعلام وللصحفيين حتى انه اصبح الجمهور ينظر للصحفيين على انهم جزء من الحكومة التي تسعى للسيطرة على الراي العام، وهو ما ادى الى اقتناع الجمهور ان وسائل الاعلام خصم للحكومات اكدوبة ترددها وسائل الاعلام فقط.

### من يروي القصة اولاً:

لركن الثالث من الايديولوجية الغربية لصناعة الاخبار هو القالب الذي تستخدمه وسائل الاعلام في تقديم المعلومات، وقد طورت وكالة الاسوشيتدبرس قالب للكتابة الخبرية هو قالب الهرم المقلوب والذي اصبح كل الصحفيون في العالم يستخدمونه في كتابة الاخبار.

وهذا القلب من ميزاته انه يضع الاقتباسات في بداية الخبر وهي تعد مصادر اساسية في الخبر وما دامت المصادر امريكية وغربية فان الغلبة تكون لها لان الجمهور من عاداته القرائية هو الاطلاع على المقدمات الاولى للاخبار دون الاستمرار في قرائتها الى النهاية إلا مآندر، ولذلك عادة ما تكون مصادر الجنوب في نهاية الخبر في هذا القلب وربما يتم حذفه وان لم يتم نادراً ما يصله الجمهور عند متابعة الاحداث.

إذا لآبد لدول الجنوب من السعي لاكتشاف قلب جديد تحاول به الابتعاد عن قلب الهرم المقلوب.

## الامبراطوريات الاعلامية

تتمتع المجموعات الإعلامية التاريخية بوسائل وإمكانيات ضخمة تجعلها قادرة على مقاومة التحولات الاقتصادية. وتستند هذه المجموعات – التي يحلو للبعض وصفها بامبراطوريات إعلامية - إلى قوى مساندة، سياسية واقتصادية وربما إيديولوجية. كما تتمتع بجذور شعبية: فهي أرست عبر عقود وبعضها لأكثر من قرن عادات من القراءة واستهلاك الأخبار، ونسجت مع أجيال حالية وسابقة علاقات حميمة اتسم بعضها بالوفاء وخاصة لبعض الصحف التي كادت تتحول إلى ما يشبه الأحزاب .

وفي بداية الثمانينات من القرن الماضي كانت تسيطر ٥٠ شركة على معظم وسائل الاعلام، بينما اصبحت في نهاية الثمانينات هي ٢٩ شركة، في حين اصبحت ٢٣ شركة عام ١٩٩٠م، وبعد سنتين اصبحت العدد ١٤ شركة، وفي عام ١٩٩٧ هبط العدد ليكون ١٠ شركات فقط . ان هذا الانخفاض يعني ان هناك ظاهرة بدأت تتبلور هي الاحتكار والتركيز وسيطرة عدد قليل من الشركات على صناعة الاعلام والاتصال في العالم، وان الشركات قد اندمجت لتشكل امبراطوريات اعلامية كبرى اصبحت تدير عقول البشرية. إذ انها اخذت تعمل في أنشطة اعلامية مختلفة، فضلاً عن تزايد عملية اندماج الشركات الاعلامية في الشركات التي تعمل في أنشطة اقتصادية وصناعية ومالية.

### اسباب الاحتكارات الاعلامية

ان ظاهرة الاحتكارات ليست حديثة، وانما كانت نتيجة لتطور النظام الرأسمالي، ويشير نقاد وسائل الاعلام انها نشأت من خلال التزاوج الذي حدث بين

النظريتين الليبرالية والرأسمالية خلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر وحتى بداية القرن العشرين حيث تركز كفاح الصحافة على انتزاع حريتها من السلطة بدعم ومساندة اصحاب النظرية الليبرالية وبهذا تم منع تدخل الحكومة في شؤون الصحافة، لكن في الوقت الذي نجحت فيه الصحافة من تقييد تدخل الدولة في شؤونها وفق النظرية الليبرالية، كانت النظرية الرأسمالية واصحابها تستعد لفرض سيطرتها على الصحافة وذلك بالتحكم في السوق، وتقسيمه فيما بينها وتقييد حرية الدخول الى هذا السوق عن طريق تحويل الصحافة الى صناعة ضخمة تحتاج الى رؤوس اموال كبيرة، وبهذا تحولت المؤسسات الاعلامية الى مرآة تعكس جوانب العالم الرأسمالي في تحولها الى مؤسسة تجارية ضخمة .

لقد أصبح العالم اليوم ضحية للإمبراطوريات الإعلامية التي تشكل العالم كيفما تشاء وتصيغ الأحداث بنظرتها الخاصة، والتي تتوافق مع مصالحها الشخصية، وتنماشى مع آرائها في الأحداث العالمية وعلى الآخرين تقبل الكعكة بشكلها النهائي دون إبداء أي ملاحظات أو تحفظات.

لقد أصبح مجال الإعلام مرعى خصباً للاستثمارات المالية وهكذا نجد أصحاب الملايين يسارعون اليوم للاستثمار في هذا المجال، وأصبح حجم التضخم المالي كبيراً في هذه المؤسسات، وسقطت معظم المؤسسات الإعلامية في أيدي فئة قليلة من الأثرياء وبعض العائلات الغنية وهي التي تتحكم في سياسة الإعلام في العديد من الدول.

أصبح من يملك الإعلام مسيطراً على أذهان الأجيال، وأصبح بمقدور من يملك المؤسسات الإعلامية السيطرة على الجوانب النفسية للأبناء والتربوية كذلك .

ومنذ نهاية الحرب العالمية الثانية كانت الولايات المتحدة الامريكية تطور استراتيجيتها للسيطرة على الاقتصاد العالمي، وفي داخل هذه الاستراتيجيات تزايدت أهمية الشركات الاعلامية، وتزايد دورها في بناء الاقتصاد الجديد، وكل ذلك يتم عبر منع دخول منافسين جدد واجراء تكتلات بين الشركات وبالتالي اعلان ارباح هذه التكتلات لمجموعة الشركات بشكل موحد مما يؤدي الى عدم ظهور شركات خاسرة حتى وان كان فعلاً هناك بعض منها خاسر.

واحدثت التطورات التكنولوجية في الاتصال زيادة غير عادية في المحطات الفضائية والتي دعمت الاعلان وبقية البرامج التجارية والترفيهية، حتى ان قطاع الاتصالات وصناعة المعلومات اصبح من اهم القطاعات الاقتصادية لاسيما في الولايات المتحدة الامريكية إذ يقدر الدخل السنوي لصناعة التسلية

والمعلومات اكثر من ١٥٠ بليون دولار ويأتي ٥٠% من هذا الدخل من تصدير المنتجات الثقافية الامريكية. وهو ما يدفع الولايات المتحدة الامريكية على فرض هيمنتها على الشركات الاعلامية ومنع أي قوانين تحد من انتقال المعلومات والاتصال عبر الحدود والقارات، وتعمل السياسة الامريكية على توفير المناخات لتوسيع عمل هذه الشركات وزيادة قوتها وهيمنتها على سوق الاتصالات في العالم، ويعتقد باحثون ان هذه الشركات العملاقة التي توصف بانها عابرة للقارات او متعددة الجنسية والتي تكون قواعدها الادارية والاقتصادية في الولايات المتحدة الامريكية هي اهم اليات السيطرة الامريكية على العالم بعد الحرب الباردة، لذلك كان هناك تحالف بين شركات الاعلام والاتصال العملاقة والحكومة الامريكية والشركات الرأسمالية التي تعمل في مجالات اخرى مثل صناعة السلاح والدواء والغذاء والسياحة، وهو ما ادى الى تطور الامبراطوريات الاعلامية، والتي تعمل جاهدة على تجعل الولايات المتحدة الامريكية هي مركز النشاط الاقتصادي وهي المسيطر على المال والاعلام والاتصال والبورصة والاسلحة والدواء والغذاء... وهو يؤكد ان شركات الاعلام والاتصال ما هي الا وسائل للهيمنة الامريكية على العالم، ولهذا فان ظاهرة الاحتكارات هي نتيجة طبيعية للتطور الرأسمالي، ويعود سبب ذلك الى ان الرجال الذين يمتلكون وسائل الاعلام ويتحكمون فيها هم لاعبون اساسيون في الاقتصاديات الرأسمالية الدولية والمحلية وهم يستخدمون وسائل الاعلام التي يسيطرون عليها في تدعيم هذه الاقتصاديات؛ للمحافظة على النظم السياسية والاقتصادية التي تسمح لهم بتحقيق اكبر قدر ممكن من الارباح، فضلاً عن انها تستخدم لفرض منظومة قيم توفر ارضية اساسية للرأسمالية وللتوسع الامريكي والسيطرة على الاسواق العالمية، والعمل على تبني النموذج الاقتصادي الامريكي.

وتعود قوة هذه الامبراطوريات الاعلامية لعدة اسباب منها ارقام المبيعات والارباح التي تجنيها فضلاً عن انها تتحكم فيما يتلقاه الجمهور من معلومات واخبار وثقافة، وتتحكم في تشكيل الاتجاهات السياسية، وتتحكم في إدراك الجمهور للحياة العامة، وبالتالي فانها تمارس تأثير كبير على الحكومات وقراراتها.

وبات يطلق على الاحتكارات الاعلامية في الولايات المتحدة الامريكية بـ "وزارة الاعلام الخاصة"، إذ انها تقوم بالعمل الذي تقوم به وزارة الاعلام في الدول الشيوعية ودول العالم الثالث، فهذه الشركات تتحكم ف ٨٠% من وسائل

الاعلام الامريكية، واصبحت هذه الوزارة تعمل على الهاء الجماهير عن التفكير عن مساوئ الرأسمالية وعدم انسانيتها، واستعباد البشر باستخدام التسلية.

هناك من يطلق على الامبراطوريات الاعلامية باسم " المملكة الاتصالية الشمالية " وقد قادت هذه المملكة اهم التحولات في التاريخ الاقتصادي عن طريق زيادة تركيز انتاج الرسائل وتخزينها ونقلها واستقبالها، لكن ما هي الشركات العملاقة التي تسيطر على النظام الاعلامي الدولي، وتسيطر على صناعة الاعلام والاتصال والثقافة؟ وكيف تشكلت هذه الامبراطوريات وتطورت؟

هناك خلاف بين الباحثين حول ترتيب هذه الامبراطوريات، إذ اخذ بعضهم بفكرة ترتيبها طبقاً لقوتها الاقتصادية، والتي تتمثل في رقم مبيعاتها وارقام ارباحها، والقسم الاخر اخذ طبقاً لقوتها الاعلامية متمثلة في الوسائل الاعلامية التي تسيطر عليها، ولهذا يفضل تناولها من الجانبين معاً أي القوة الاقتصادية والقوة الاعلامية، حيث تشير الدراسات ان هناك ١٠ شركات تمثل الامبراطوريات الاعلامية، وهي شركات امريكية ضخمة اما مملوكة لبيوت انتاج US ، او ان US لها حصة فيها، وهناك شركات اخرى عالمية تنافس الامبراطورية الامريكية مثل شركة Sony اليابانية، وشركة BBC البريطانية، وشركة Berlsmann الألمانية، الا انه لاتزال الشركات الامريكية تسيطر على اغلبية المبيعات الاجنبية في سوق الاعلام العالمي، وهذه الشركات العالمية سواء كانت امريكية او من جنسيات اخرى يمكن ان نحددها بالاتي:-

١. شركة (US Time Warner) .

٢. شركة (US Disney)

٣. شركة (US News Corporation)

٤. شركة (US Viacom + CBS)

٥. شركة (US GE-NBC Universal)

٦. شركة (Japan Sony)

٧. شركة (Germany Bertelsmann)

٨. شركة (The Netherlands VNU)

٩. شركة (Activision Blizzard/Vivendi (France

١٠. شركة Discovery Communications

حبيب الملح