

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الاعلام والاتصال
قسم الاتصال.

مناقشة الخبر فحى الميديا الأمريكية.

دراسة حالة قناة فاكس نيوز.

Manufacturing news in American Media

Case study :Fox News channel

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال

لجنة المناقشة

- أ.د/ نورالدين تواتي (جامعة الجزائر 3) رئيسا
أ.د/ الطاهر بن خرف الله (جامعة الجزائر 3) مقرر.
أ.د/ عبد السلام بن زاوي (المدرسة العليا للصحافة) عضوا.
د/ الحاج عيسى سعيدات (جامعة الأغواط) عضوا
د/ مليكة عطوي (جامعة الجزائر 3) عضوا.

تحت إشراف الأستاذ الدكتور

الطاهر بن خرف الله

إعداد الطالب:

محمد هدير

السنة الجامعية 2015/2014.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى أمي أطال الله في عمرها وسدد خطاها.

إلى روح أبي رحمه الله.

كما أهدي هذا العمل إلى الذين ساهموا في إنجازه ليرى النور وأخص بالذكر:

الزوجة الكريمة الدكتورة ح.

إخوتي اداكتور عبد القادر، حمزة وعبد الحكيم.

الرئيسة عائشة، والكتكتان الضغيران سند وميسان.

شكر وتقدير

من لم يَشكر لا يُشكر، شكرا للأستاذ الفاضل الطاهر بن حرف الله الذي أشرف على هذا العمل المتواضع، وكان حريصا كل الحرص على اتمامه ليرى النور، ليقدم فائدة للطلبة والعامّة.

كما نتقدم بالشكر للأستاذ نوفل مزارى من جامعة سان أنطونيو UTSA بولاية تكساس بالولايات المتحدة الأمريكية، الذي لم ييخل علينا بكل ما نحتاج من دراسات وأبحاث.

كما أشكر البروفسور محند برقوق على دعمه الكامل المعنوي والمادي، خاصة مساعدتنا في الولوج إلى مكتبة جامعة باريس.

كما نشكر كل من الذين قدموا الدعم و الراحة أثناء مكوثي بالولايات المتحدة الأمريكية خاصة جماعة R27.

كما نشكر كل من قدم يد المساعدة من جامعة TRINITY الخاصة سان أنتونيو ولاية تكساس.

فشكرا جزيلا لكل.

محمد هدير



خطة البحث

مقدمة

الاطار المنهجي للدراسة.

الإشكالية.

أهداف الدراسة.

أسباب اختيار الموضوع.

الدراسات السابقة.

المنهج المتبع.

تحديد المصطلحات.

الاطار النظري.

الفصل الأول: التطور التاريخي للصحافة المكتوبة.

المبحث الأول: الصحافة المكتوبة وأنواعها.

1-أنواع الصحافة من حيث توجهها.

أ.الصحافة السياسية.

ب.الصحافة الجماهيرية.

2-أنواع الصحافة من حيث طريقة الصدور.

أ.صحافة البيني.

ب.الصحافة الصفراء.

ج.الصحافة الحديثة.

3-أنواع الصحافة من حيث الجمهور.

أ.من صحافة الأقليات.

ب.الصحافة على الخط on line

ج.الصحافة الأسبوعية.

4-أنواع الصحافة من حيث مكان الصدور.

أ.الجرائد الوطنية.

ب. يوميات العواصم.

ج. يوميات الضواحي.

د. يوميات المدن الصغيرة.

5- الجرائد العملاقة.

أ. نيويورك تايمز New York Times.

ب. جريدة تيرالد تريبون Terald Tribune.

ج. جريدة واشنطن بوست Washington Post.

د. جريدة أرمني تايمز Army Times.

هـ. جريدة يونيفرسال برس سنديكيت Universal Press Syndicate.

المبحث الثاني: المجالات وأنواعها.

المبحث الثالث: التكنولوجيا الجديدة والميديا الأمريكية.

الفصل الثاني: تطور الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث الأول: الإذاعة.

المبحث الثاني: التلفزيون.

المبحث الثالث: ملكية وسائل الاعلام الأمريكية.

المبحث الرابع: اقتصاد الصناعة الإعلامية.

المبحث الخامس: جمهور وسائل الإعلام الأمريكية.

الفصل الثالث: صناعة الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث الأول: كواليس الصحافة الأمريكية.

المبحث الثاني: القيم الأخبارية في الصحافة الأمريكية.

المبحث الثالث: تأثير الصحافة بالضغط الاجتماعي.

المبحث الرابع: علاقة الشركات العملاقة العامة بالشركات الإعلامية الضخمة.

الفصل الرابع : القانون وتنظيم الميديا في الولايات المتحدة الأمريكية .

المبحث الأول: ميلاد (FCC) الهيئة الفيدرالية للاتصالات .

المبحث الثاني: الحق في الوصول إلى المعلومة .

المبحث الثالث: قانون تساوي الفرص وحماية الأطفال .

المبحث الرابع: الرقابة والاحتكار .

الفصل الخامس : الأخبار الدولية في الصحافة الأمريكية ، وعلاقتها بالسياسة الخارجية .

المبحث الأول: نشاطات الولايات المتحدة في الدول المجاورة .

المبحث الثاني: صناعة القبول: نظريات الصحافة . وعلاقتها بالدولة .

الفصل التطبيقي: فاكس نيوز Fox News كحالة للميديا الأمريكية .

المبحث الأول: الخلفية التاريخية ونزعة الانطلاق .

المبحث الثاني: تحليل أهم البرامج للقناة والفاعلين فيها .

المبحث الثالث: أثر قناة فاكس نيوز في صناعة العقيدة الأمريكية .

المبحث الرابع: القوة المالية للقناة واستثماراتها خارج الحدود .

النتائج

خاتمة .

قائمة المراجع .

فهرس الجداول .

الفهرس .

ABSTRACT

The manufacturing News in american media case study Fox News Channel is one most recent study based on the raw informations when we examined all the history of american media in globally and its outlets and audiences in united states of america; during the british crown and the era of Revolution.

We have Been focused on the bills right as one platform when the first amendment was clearly garented the right of speech and full freedom of press it,s mentioned (shall no law for press,but when We examined the case we found out, there is no full freedom as we heard.

There is regulation presented by FCC its show up in 1934 just after the radio act.

The main mission of FCC to give more organise the media field in the same Time allowed the business man to invest their money in the press seek for more incomes extra ,the is was crucial mement in the history media also it was sharp curve ,we find New kind of censorship came from the ownership ;here the press become more controled by the big companies ,owners became controled evry small News papers even in small Town has to affiliated to the mother company.

Also we find the relationship between the net works and advertisement sellers.

Also we find and understanding the impect of media is interist not only for politics,but also more generally for more modils of bilief up dating, from a policy perspective if media bais alteis voting behavior dereligation of media markets may have alarge impect on political outcomes.

We axploit the natural exprement fox newschannel when was introduced by report Murdoch in octobre 1996 .after that fox Channel expended rapidly to reach20% of USA cities and audiences of 17% of usa population and now its led the cable industries.

The introduction of fox News into a cable markets is likly to have had a significant effect on the available political information in that cable markets.

So far fox News Channel is most large networks as right wing in usa with 80millions viewrs and revenues estimated around 21billions us dollars in 2011

during the starting of arab spring and World economic crisis according to the pew research center for journalism ,it,s became the most trust name in News atleast in US and Stills led the rise soft News and markets driven journalism in recent years and we tryed to criticism of News is based on a ideal of citizenship and standard of quality that are neither realistic nor necessary for the functioning democracy.



مقدمة

لقد عرف الإعلام الأمريكي تطوراً مهماً عبر التاريخ، إبتداءً من عهد التاج البريطاني^(*) الذي كان يحتل الولايات المتحدة الأمريكية، وتأسيس Ben yamin franklin بن يمين فرانكلين أول جريدة^(**) التي كانت تخضع رقابتها إلى البريد الذي تحول له السلطة آنذاك، وبعد استقلال الولايات المتحدة، و تأسيس الدستور الأمريكي الذي حرره "توماس جيفرسون"^(***) حيث لم يخصص قانوناً للإعلام وحرية الصحافة، غير أن التعديل الأول سنة 1789 جاء صريحاً، بأنه لا يقيد الصحافة بقانون، إلا أن تعقد الحياة وتطور المجتمع الأمريكي وظهور الإقتصاد الحر، والتي اصطدمت بحدود رجل الإعلام ومؤسسته، مما أجبر المحكمة العليا على التدخل في فض النزاع وإعطاء كل ذي حق حقه، جعل الكونغرس يؤسس هيئة تسهر على تنظيم المجال الإعلامي وهي الهيئة الفيدرالية للإتصالات (F.C.C) والتي أوكلت لها مهمة التنظيم ومنح الرخص وإلغائها، وزاد عمل هذه اللجنة عندما تحول الإعلام إلى سوق للتجارة، وكذا ظهور ما يعرف بنظام الكابل وهنا أصبح الإعلام تجارة قائمة بذاتها عن طريق إرتفاع مداخيل الإشهار. إنها سمات العصر كما عبر عنها "توفلر" في كتابه الموجة الثالثة، وأصبح قطاع الإعلام الأمريكي يسيل لعاب كثير من رجال الأعمال ومخابر تطوير الإقتصاد، والمثال الحي لذلك، صاحب الإمبراطورية الإعلامية روبرت مردوخ اليهودي الأصل، حيث زواج الإعلام بالشركات التجارية والصناعية، حين تحرر الإعلام الأمريكي من قبضة القانون فوقع في يد رجال الأعمال.

إن ضخامة الإعلام الأمريكي وتطوره الهائل، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، وظهور الإذاعة التي كان لها دور مهم في هذه الفترة، وإهتمام الباحثين بالظاهرة، ك: لازويل LAZWELE، ولزافيلد، وغيرهما.

وكذا ظهور التكنولوجيات الجديدة لوسائل الإعلام والإتصال كالأقمار الصناعية، والرقمنة ونظام الكابل. ناهيك عن ظهور الأنترنت في بداية التسعينات. الذي دعم الصحافة الرقمية والصحافة على الخط -on line-، ودفع بها إلى أقصى الحدود وسيطر على أرجاء المعمورة، جعل الولايات المتحدة تتربع على أكثر من 1700 صحيفة يومية تتوزع على 1500 مدينة أقل الصحف فيها يصل سحبها إلى 25000 نسخة، أما الجرائد الوطنية غير المحلية الضخمة كجريدة ذي وال ستريت The Wellstreet journale التي يصل سحبها إلى 1,9 مليون نسخة أما جريدة يو أس أي توداي US.A.Today فيصل طبعها إلى 1,4 مليون نسخة أما في مجال السمععي

(*) يقصد الاستعمار البريطاني للولايات المتحدة الأمريكية.

(**) Publick occurrenes both foreins and domestick in 1690

(***) توماس جيفرسون سياسي أمريكي و دبلوماسي ومؤلف و كان الرئيس الثالث للولايات المتحدة الأمريكية 1801-1809.

البصري فهناك ترسانة إعلامية كبرى، تتقدمهم شبكة C.N.N و CBS.News، وشبكة فاكس نيوز التي هي محل دراستنا التي ظهرت إلى الوجود سنة 1996 وخاضت معركة نظام الكابل الذي أوصلها إلى قيمة الشبكات المعروفة في الولايات المتحدة وعرفت نجاحا باهرا خاصة سنة 2000 مع مجيء الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش الأصغر"، و في عهده نالت القناة الحصرية من البيت الأبيض وكان لها السبق الصحفي، حتى وصل أحد مذييعها إلى ناطق رسمي باسم البيت الأبيض وهو الصحفي "توني سنو" Tony Snow.

وأصبحت القناة تصنع عقيدة الأمريكيين وتحويلهم إلى محافظين يمينين قصد إقناع الناخبين للتصويت لصالح الجمهوريين.

لقد وفرت القناة المادة الدسمة، وارتفع عدد مشاهديها إلى الملايين وفائدة تقدر بـ 70 مليون دولار سنة 2000.

لقد حققت النظرية القائلة أن الصحافة هي السلطة الرابعة، بل تحولت إلى السلطة الأولى ما دامت الصحافة أصبحت تفرض رقابة من نوع خاص على السلطات الأخرى، وذلك من خلال التحقيقات ونشر فضائح الحكام، وإسقاط الأنظمة وقد تشوه سمعته مما تضطره إلى الاستقالة الطوعية، والأمثلة كبيرة على ذلك. خاصة في المجتمع الأمريكي، ولهذا كان لأصحاب الحل والربط في الولايات المتحدة الأمريكية أن يهتموا بهذا القطاع مستلهمين من الدستور الذي صان هذا الامتياز أو الحق متحدين في ذلك كل نظريات الصحافة من الليبرالية إلى المسؤولية الاجتماعية والسلطوية والنظرية الاشتراكية، فالناس سواسية تحت رحمة مطرقة الصحافة الحرة، من سياسيين إلى فنانيين، و بسطاء، والمتشردين الذين سنتكلم عنهم لاحقا.

فالنموذج الإعلامي الأمريكي سيطر على المعمورة، تحت غطاء عوملة الإعلام، وتجلت أهميته في ما يلي:

غزارة المنتج الأمريكي، وذلك من خلال مؤسسة "هولي وود" Hollywood لصناعة الأفلام والمسلسلات.

-الإنفراد بالخبر والسبق الصحفي، وذلك ما لوحظ من خلال حرب الخليج الثانية، والحرب الاستباقية على ما يعرف بالإرهاب.

-الإحترافية: جل الصحفيين الأمريكيين هم صحفيين متعلمين هم على درجة من الاحترافية والاستقرار في

مناصبهم ولهم مستوى عال من الرضا سواء في القطاع السمعي البصري، أو الصحافة المكتوبة.

-تعدد العرقيات، ساهم هذا العامل في ظهور عدة إذاعات وقنوات وكذا جرائد ناطقة باللغة الأم أحيانا،

وأحيانا بالإنجليزية موجهة إلى الأقليات.

-زيادة مداخيل الإشهار من جراء تعدد الشركات وقوة الاقتصاد الأمريكي الحر، وعلى هذا الأساس بدأ التنافس الشديد والشرس بين وسائل الإعلام الأمريكية حول من يسيطر على صناعة الأخبار والانفراد بالسبق الصحفي، خاصة فيما يخص الشؤون الداخلية والمتعلقة بالضرائب، ونشر فضائح الجنس والرشوة حول المسؤولين وممثلي الشعب الأمريكي في الكونغرس.

وعليه إستحوذت الشركات العملاقة الإعلامية الكبرى السالفة الذكر، على سوق الإعلام، وسيطرت على الأخبار⁽¹⁾ وتحولت إلى بارونات للأموال والمساهمة في رسم أجندة السياسة الخارجية والداخلية، وغسل الأدمغة والتلاعب بالعقول في توجيه الرأي العام الدولي والمحلي⁽²⁾ كصناعة الإجماع في إقناع المجتمع الدولي بوجود صناعة سلاح الدمار الشامل، بالعراق وظهور أمراض فتاكة كأفلونزا الطيور والخنازير.

فشبكة فاكس نيوز، أعلنت الحرب على العراق سنة 2003 بعدة أشهر قبل اندلاع الحرب وكان عنوانها الثابت على الشاشة **الحرب على الإرهاب war on terro**، وقد انزعج رجال صدام حسين بأن يكون الحكم سابق لأوانه. وأوفدوا الصحفيين المقيمين بفندق فلسطين ببغداد، إلى المصانع للاطلاع بأعينهم وإصدار الحكم؛ إلا أن القناة كانت أعلنت صراحة، كما أعلنت القناة الحرب ضد كامل العالم الإسلامي بأنه معقل الإرهاب ومن لم يقف مع سياسة الولايات المتحدة في القضاء على الإرهاب هو إرهابي هكذا كان يرد صحفي القناة، سواء في النشرات أو الحصص الخاصة، فحتى الصحفي الفرنسي " تيري مسيان" صاحب كتاب الخدعة الكبرى^(*) الذي يفند فيه الهجمات على أبراج نيويورك، زارته القناة بباريس وطلبت منه العدول عن رأيه على المباشر، أما صاحب برنامج " أوريلي فكتور" " بيل اورلي" فكان يتهم ضيوفه بالمجانين على المباشر إذا عارضوا الحرب على العراق وأفغانستان.

لقد استقطبت القناة العديد من الأمريكيين، وضاعفت ساعات البث على جميع الأنظمة، الكابل والرقمي وحتى على أمواج FM، ومواقع الواب.

(1) انظر هيربت شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان سلسلة عالم المعرفة العدد 243 يصدرها المجلس القومي للفنون و الآداب بالكويت مارس 1999.

(2) أنظر كتاب نعوم تشومسكي، صناعة الإعلام.

(*) كتاب ألف الفرنسي الهندي تيري ميسان الخدعة الكبرى الذي يدحض فيه نظرية المؤامرة على أمريكا وتحطيم أبراج نيويورك في 11 سبتمبر 2001.

الإشكالية:

وتتمحور الإشكالية فيما يلي:

أمام غزارة الإنتاج الإعلامي، وتعدد الأذواق لدى جمهور وسائل الإعلام الأمريكية. كيف تصنع الأخبار في الصحافة الأمريكية عامة، وقناة فاكس نيوز خاصة؟ وعلى أي أساس يتم اختيار معيار القيم

الإخبارية؟'

التساؤلات:

ما هي خلفية انطلاق قناة فاكس نيوز؟

- 1- ما هي المصادر التي تعتمد عليها القناة للوصول إلى مصادر الخبر؟
- 2- ما هي طرق جمع المعلومات وغربلتها وسقلها في شكل يتماشى وخط القناة؟
- 3- ما مدى مساهمة التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام في تفوق القناة؟
- 4- هل للحجم الساعي من البث الحي، والتوقيت المناسب دور مهم في ذلك؟
- 5- ما علاقة حسن اختيار القصص الإخبارية بمستوى الرضا لدى الصحفيين؟
- 6- ما مدى علاقة الخلفية الايديولوجية، وكذا درجة التعلم لدى الصحفيين في بلورة الأفكار وغسل المخ عن طريق سقل الخبر؟

7- ما هو دور المال القادم من الإشهار في توطيد العلاقة بين الصحفي ومؤسسته؟

- 8- كيف تجمع الأخبار وتحلل وتبث بدون الاصطدام بجدار الأمن القومي والمصلحة العليا للبلاد خاصة في غياب القانون الغير مذكور في الدستور؟

9- ما هو دور الدين في تقوية العقيدة لدى الجمهور المحافظ؟

10- هل فعلا بدأ المجتمع الأمريكي يميل من الليبرالية و أصبح يميل إلى كل ما هو محافظ؟

11- ما هو موقع الجمهور المتدين في وسائل الإعلام الأمريكية؟

12- ما مدى تطابق الأجندة السياسية للولايات المتحدة الأمريكية مع الصحافة الأمريكية؟

أهمية الدراسة

تهدف هذه الدراسة المتواضعة إلى محاولة فهم الترسانة الإعلامية الأمريكية التي تربعت على عرش صناعة الإعلام لفترة جد طويلة. كان ظهورها جليا أثناء وبعد الحرب العالمية الأولى والثانية، وكيف لعبت الدعاية الدور المهم لصناعة القرار في الولايات المتحدة الأمريكية، باعتبارها الدولة الوحيدة في العالم التي أطلقت العنان لحرية الصحافة والإعلام، والتي كفلها الدستور الأمريكي والتي تبينها وثيقة الحقوق التي حدثت في التعديل الأول، وكان ذلك سنة 1791، أي بعد خمسة عشرة سنة من الاستقلال، ولماذا أولى صناعات القرار الجدد في الولايات المتحدة الأمريكية كل هذا الاهتمام، وكيف خاضوا غمار التجربة العصبية.

كذلك تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف تخلصت الصحافة الأمريكية من مخالاب السلطة فوqعت في مخالاب المال وتشابك المصالح. كذلك علاقة الصحافة باللوبيات والسياسة الخارجية، كيف أحيانا تقف الصحافة ككلب الحراسة، وأحيانا كعامل مساعد في صناعة واستصدار القرارات والتي أدت في كثير من الأحيان إلى حروب كما تهدف، هذه الدراسة إلى محاولة فهم العلاقة بين الصحافة والسلطة، والقيم الإخبارية وآليات إختيار القصص الإخبارية.

كما تهدف كذلك إبراز دور القانون في التنظيم، وحرية الفرد والخصوصية والآداب العامة، وهل فعلا الصحافة حرة بدون ضوابط، وهل الصحافة كذلك خالية من الأخلاق، باعتبارها تقوم على فلسفة براغماتية، وكيف تأثرت الصحافة بالدين خاصة في بلد ليبرالي كالولايات المتحدة الأمريكية.

أسباب إختيار الموضوع.

إنطلاقا من قناعة بأن الولايات المتحدة الأمريكية هي قاطرة صناعة الإعلام في العالم، ونظرا لما تملكه من حرية الفكر والمعتقد، وكذلك التكنولوجيات الحديثة للرقائق، إلى الراديو والتلفزيون، الرقمي، والكابل وكذا إحرازها على تقدم كبير في مجالات الأنترنت والأقمار الصناعية.

كذلك رغبتني في معرفة سر ارتفاع المقروئية وتعدد مشارب الإعلام والمعلومات لكوني مكثت في هذا المجتمع ما يقارب خمسة سنوات، كانت كافية ولو بالقليل لتطور الترسانة الإعلامية والتي فعلا تظهر فيها السلطة الرابعة، كسلطة فاعلة يحسب لها ألف حساب، بالرغم من كل ما يقال على المجتمع الأمريكي، بأنه إعلام أكثر وجهل أكبر إلا أن الاحتكاك مع المجتمع، والتقرب منه يؤدي إلى فهم عميق لهذه الظاهرة الحديثة والتي أصبحت يطلق عليها إيديولوجية القون الواحد والعشرين.

كذلك الخلفية العلمية، فمنذ ولوجنا إلى كلية الاعلام والاتصال ودراستنا تنصب على الدراسات الأمريكية ورواد هذا الفكر من أمثال لزازلفيلد ولزويل، وكذلك أتباعهم أمثال نعوم تشومسكي، وغيرها من الرواد. كذلك الرغبة في معرفة ما هي العوامل التي جعلت من الاعلام الأمريكي هو الذي يقود قاطرة المعرفة، بالتأثير والضغط ولسقل العقول، حتى أصبحت تكون قناعة عند المتلقي بأن كّل ما يراه أو يسمعه يصدق دون أي محاولة لغربة المعلومات.

كذلك معرفة مدى التفوق الحضاري للولايات المتحدة الأمريكية هل الأمر يتعلق بالمال، أم الفكر أم التكنولوجيا، ولماذا بقي العالم الآخر يعتبر كجمهور متلقي ومتأثر بتساقط المعلومات الحرة وأصبحت تأخذ حروب عن بعد وتسيير المشهد السياسي والثقافي يتحكم فيه كما يشاء صناع المحتوى بالرغم من أننا نحاول تأسيس إعلام حرّ ومستقل، إلا أننا فشلنا في صناعة المحتوى ونتاج وطني محظ.

محاولة تقريب الفهم للقارئ سواء من الطلبة الجامعيين أو الأكاديميين أو العمة من القراء، أن يعرفوا ولو القليل عن السرّ وراء هذه المنظومة الاعلامية، المتطورة جدا وكيف تعمل على توجيه المتلقي سواء الأمريكي أو غيره عبر المعمورة، بل تعدت إلى درجة كبيرة من التأثير بحيث يمكن أن ترى الأحداث وتعيشها ولا تستطيع التعليق عليها.

وكذلك محاولة إثراء المكتبة الجامعية ببعض المعلومات حول الاعلام الأمريكي.

الدراسات السابقة :

في أمريكا :

تأثير فاكس نيوز The Fox News Effect:

1تحيز الميديا وأثره على الإنتخابات: Media Bias And voting: وهي دراسة قام بها مجموعة من الباحثين من جامعة بو كلي، من ولاية كاليفورنيا، ومعهد ستوكهلم، للأبحاث الإعلامية، حيث تناولت الدراسة مدى تأثير القناة في إقناع الجمهور الأمريكي في الإقبال على الانتخابات ارتفاع نسبة المشاركة من سنة 2000 إلى سنة 2004 والتي فاز بها الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش، خاصة بعد إقحامها سوق نظام الكابل الذي قدر بـ 20% من سكان الولايات المتحدة الأمريكية إشتراكوا في هذا النظام.

-الباحثان هما: Spefano Della Vigira من جامعة باركلي، ومن معهد ستوكهلم Ethan Lies كان

ذلك في أوت 2006.

2- أما الكتاب الذي ألفه Ken Auletta والمعنون بـ «Back story Inside The Business Of News»، حيث خصص قسم خاص بقناة فاكس نيوز، حول الفكرة الخلفية والغرض الذي أنشأت القناة من أجله وبين علاقة الرجل المؤسس للقناة السيد: روفر أليس وروبرت مردوخ، حيث يسمي هذا الفصل بـ «We Report And you Dicide» نحن نخبر وأنت " تقرر" وهو عنوان مقتبس من شعار القناة.

ويبين الكاتب أن فترة التسعينات سيطرت شبكة CNN على الأخبار الأمريكية ولم تحترم الأغلبية من المجتمع الأمريكي المحافظ كما بين أن عائدات القناة (فاكس) وصلت إلى 325 مليون دولار أمريكي، بفائدة 70 مليون أمريكي، ووصل عدد المناصب المشغولة إلى 1250 موظف و 17 مكتب داخل الولايات المتحدة الأمريكية و 06 مكاتب خارج الولايات المتحدة من نفس السنة.

أما ثالث دراسة تناولت القناة هو كتاب بعنوان «Out Foxed» Report Murdock's war on Journalism من طرف المؤلف و الصحفي Alexandra kittx و Report Areen Wald، وهي صحيفة كندية، كان ذلك سنة 2004 حيث حول هذا الكتاب إلى فلم ناجح، وتطرق المؤلفان إلى الحرب التي أعلنها إمبراطور الإعلام الأمريكي مردوخ على الصحافة، والتحكم فيما يشاهد الناس، ومارست فعلا نظرية كلب الحراسة، ببشها المتطرف.

في الجزائر:

1- الدراسة الأولى: الإعلام خلال الأزمات والحروب، وهي دراسة تحليلية وصفية لتغطية قناتي الجزيرة وقناة فاكس نيوز للحرب الأمريكية على العراق بعد سقوط بغداد سنة 2003، ومن 14 نوفمبر إلى 02 ديسمبر 2003 وهي رسالة ماجستير، من إعداد الطالبة سهام مسعيد، لسنة 2008 أين تناولت الطالبة الحروب والأزمات منذ نشأتها إلى غاية الحرب العالمية الثانية، مروراً بحرب فيتنام ثم تطرقت إلى ثورة الفضائيات وتطورها في أمريكا والعالم على حد سواء.

وكذا دور المراسلين في حرب أمريكا على العراق أما الجانب التطبيقي فهو عبارة عن تحليل عينات لنشرات الأخبار، في قناة الجزيرة وفاكس نيوز، مع التركيز على التغطية ومحتواها.

كما تناولت الدراسة وهي كنتيجة أن قناة فاكس نيوز، جعلت من الحرب على العراق، أعمال شغب بعد سقوط بغداد، وأنها عهد جديد بعد تسليم بغداد، على عكس قناة الجزيرة، التي كانت ترى أن سقوط بغداد، هو احتلال كامل، كما أعطت الدراسة فارقا شاسعا في تغطية القناة الجزيرة للحرب على اعتمادها على مراسلين أحرارا، أما قناة فاكس نيوز فكانت تعتمد على مراسلين يعملون مع الجيش الأمريكي مما يوحي أن القناة تؤيد السياسة الأمريكية، كما بثت قناة الجزيرة بأن الوضع في العراق بين ماذا يحدث على أرض العراق هو إنفلات من

أيدي الأمريكان، أما قناة فاكس نيوز فكانت تظهر العكس بأنه كل شيء على ما يرام كما أن كلتا القناتين اعتمدتا على الصورة الحية والنقل المباشر وهذا بفضل التكنولوجيا الحديثة.

2-الدراسة الثانية وهي كذلك أطروحة ماجستير، بعنوان **واقع الحرب على العراق في السينما الأمريكية**

دراسة تحليلية سيمولوجية فيلمي: **In The Vally Of Elah Redacted** "المنقح" وهي من إعداد الطالبة نسرین سعدون، سنة 2010 إين تناولت الدراسة التطور التاريخي للسينما الأمريكية منذ نشأتها سنة 1901 بأول عرض بمدينة لوس أنجلوس، ثم مرت بالحرب العالمية الثانية إلى غاية حرب الفيتنام، كما تطرقت الدراسة إلى الفيلم السينمائي وتطوره، وكذا كيفية تناول السينما الأمريكية للحروب مع التركيز على حرب العراق سنة 2003. مع إظهار تقاطع في الفيلم المذكورين وتناولهم لتناول سيمولوجيا، توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن السينما الأمريكية تعمل على تقييم الحقائق وأنها تسير وفق الخطة الأمريكية، كما أنها تزيف الواقع الذي هو عبارة عن إستعمار للمقومات العراقية والحضارية، إلا أن تكنولوجيات الإعلام عملت على إيصال الحقيقة.

ملاحظة: ليس دائما هناك بعض القيم السينمائية والإعلامية لعبت دورا مهما في كشف الحقيقة، مثل سجن أبو غريب.

3-الدراسة الثالثة: وهي عبارة عن تحليل فيلم **هوليوود والحلم الأمريكي** من إعداد الطالب "مراد

بوشحطيط" مذكرة ماجستير عن جامعة الجزائر، حيث تناولت الدراسة الايديولوجية الأمريكية عبر مكوناتها الرئيسية في أفلام هوليوود السينمائية من خلال توظيف الشخصيات الرئاسية في ترسيخ الصورة للرؤساء الثلاث إبراهيم لنكن، ونكسون، وكيندي وإنطلق الباحث من إشكالية هي: هل للفيلم السينمائي لغة خاصة به في تقديم إيديولوجية معينة وكيف تظهر تلك الايديولوجية عبر الصورة واللغة السينمائيين؟

ومن النتائج التي توصل إليها الباحث أن السينما الأمريكية تعتمد على المال والتمركز وتوظيف الأصولية، وكذا بينت الدراسة الأسلوب الأمريكي في العيش والاحتكام إلى الاستعداد، أما إيديولوجية ظهرت في السينما هي الرقابة الشعبية والمتمثلة أساسا في العرض.

المنهج المتبع:

1-المنهج لغة: تعرف المنهج في اللغة على أنه: الطريق الواضح، مشتق من فعل نهج: أي سلك وانتمى وانتظم ويرادفه في اللغة الفرنسية Methode⁽¹⁾.

2-اصطلاحا: هو من التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار من أجل الكشف عن الحقيقة، وعليه فهو نسق يتبعه الباحث وصولا إلى الحقيقة التي ينشدها الباحث⁽²⁾.

أو هو مجموعة من الأنساق التي يتبعها الباحث للوصول إلى نتائج وحل المشكلة، حيث يهتم بتحديد الشكل العام لكل علم تحديد الطريقة المؤدية إلى الحقيقة، عن طريق الخطوات الإجرائية، فهو يتدخل بشكل بارز في مراحل البحث من أجل إضفاء ميزة علمية على البحث، ويرى المختصون أن المنهج يشمل ثلاثة أشياء أساسية وهي:

1- المقررات بما تشمله من موضوعات.

2- النشاطات التي يمارسها المتعلم تحت إشراف المدرس.

3- القيم وأهداف الحياة التي يتضمنها محتويات الدراسة.

أنواع المناهج في ميدان علوم الإعلام والاتصال:

مادامت علوم الإعلام والاتصال هي جزء من العلوم الاجتماعية، فإن الحديث عن مناهج علوم الإعلام والاتصال هو مناهج العلوم الاجتماعية ككل. حيث عرف موريس أنجرس المنهج على أنه: "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة. المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"⁽³⁾.

أما الدكتور عبد الرحمان بدوي يعرفه كما يلي: " الطريق المؤدي إلى الكشف في الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير الفعل، وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"⁽⁴⁾.

وعليه، فإن الدكتور محمد شلبي يقول بأن المنهج يتضمن قواعد منطقية وخطوات إجرائية في البحث العلمي تجد القبول لدى مجموعة من العلماء حيث يجب دراسة المشكلات المستهدفة دراسة علمية، وتحليل البيانات قصد الوصول إلى النتائج علمية صحيحة وتعميمها إلى الشغوفين بالمعرفة.

(1) د. صالح بلعيد في المناهج اللغوية وإعداد الأبحاث دار هومة للنشر والتوزيع الجزائرية 2005 ص 14.

(2) مرجع سابق، نفس الصفحة.

(3) منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية دار القصة للنشر الأستاذ مصطفى ماضي وآخرون 2006.

(4) الدكتور أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ديوان المطبوعات الجامعية 2005 ص. 283.

ما هي أنواع المناهج؟

المنهج التاريخي: هو المنهج المستخدم في دراسة الوقائع التي هي في حكم الماضي، فهو إعادة بناء الماضي، انطلاقاً من الوثائق والأرشيف حسب موريس "أنجرس".

فهو دراسة الظواهر الماضية التي ولدت في ظروف زمنية معينة وتحليلها، كما يقودنا إلى دراسة ظاهرة آمنة تمتد جذورها إلى الماضي، وإبراز الظروف المحيطة بالظاهرة والتي ساعدت على ميلادها، مع محاولة إيجاد القوانين التي تحكمت في ذلك⁽¹⁾.

المنهج المقارن: فهو حسب تعبير ستوارت ميل "على أنها دراسة ظواهر متشابهة أو متناظرة في جمعيات مختلفة، أو هي التحليل المنظم للإختلافات في موضوع أو أكثر عبر مجعنتين أو أكثر" فهو يهدف إلى مقارنة بين ظاهرتين مع إبراز أوجه الإختلاف، وأوجه التشابه ويجد هذا المنهج مكانة أوسع في دراسة العلوم السياسية.

المنهج لإحصائي: إنه شكل من أشكال الإختزال الرياضي، يستطيع أن يلمح إلينا أو بدقة عن كيفية عرض بيانات.

كل يمكن أن يعرفه كالاتي: هو أحد أساليب وصف الظواهر ومقارنتها وإثبات الحقائق العلمية المتصلة، كالإستنتاج المطلق، فهو يعتمد على التقييم الرقمي عن الظواهر التي يتناولها بالبحث عن طريق القياس المباشر كالطول والوزن، العمر، والتمن.

يقوم بجمع البيانات و ترقيمها و تبويبها وتحليلها واستخلاص النتائج⁽²⁾

المنهج المسحي: يعرف (Whitnax هويتني) النهج المسحي على أنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة وهو ينصب على الموقف الحاضر، وليس اللحظة الحاضرة، كما أنه يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتقييمها، وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية⁽³⁾.

(1) الدكتور شلي محمد، المنهجية في التحليل السياسي دار هومة للنشر والتوزيع 2007 ص 5-6.

(2) الدكتور محمد شلي، مرجع سبق ذكره، ص 92.

(3) الدكتور محمد شلي، مرجع سبق ذكره، ص 99.

وعليه فإن استخدام المنهج المسحي، يستخدم عادة في فحص آراء الجمهور أو ناس معينين حول قضية سياسية معينة، كفحص مدى نجاعة خطة سياسية كالمصالحة، الوطنية، وتأسيس الأحزاب الإسلامية في بيئة لائكية.

أو كاختبار حول ظاهرة اجتماعية في مجتمع ليبرالي ومحافظ كالمجتمع الأمريكي، وفحصهم حول رأيهم في الحرب.

منهج تحليل المحتوى: يعرف كلود كريندرف منهج تحليل المحتوى بأنه " هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية يهدف التوصل إلى الاستدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل".

ويرى موريس أنجرس " بأنه تقنية غير مباشرة تشتمل في منتوجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية - بصرية صادرة عن أفراد أو مجموعة⁽¹⁾.

ويعرف سمير حسين منهج تحليل المضمون " بأنه أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة و على الأخص في علم الإعلام، لوصف الظاهرة والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبقا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات، بعد ذلك وخصوصا وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية والعقائدية التي تتبع منها الرسالة، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، من خلال الكلمات والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا، التي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة ووفق منهجية ومعايير موضوعية، وأن يفيد الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية⁽²⁾ وفي التعريف الإجرائي الذي خصه الدكتور يوسف تمار لتعريف منهج دراسة المحتوى هو: "تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة ودون الباطنة، الساكنة فمنها المتحركة، شكلها ومضمونها، والتي تشكل في مجملها بناء مضمون وصريح وهادف".

(1) الدكتور، يوسف تمار تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين طاكسي كوم للدراسات والنشر والتوزيع طبعة الأولى 2007 ص.06.

(2) الدكتور يوسف تمار مرجع سبق ذكره ص، 07

وعليه، يمكن أن نحدد بعض الخصائص المنهجية لتحليل المضمون.

أ- أنه يخص المواد اللغوية وغير اللغوية

ب- يهتم بتحليل المحتوى الظاهر.

ت- يهتم بالرموز الساكنة كالنصوص المكتوبة، والنصوص المتحركة مثل الأفلام و الرموز.

المنهج التجريبي: يعرف المنهج التجريبي على أنه أحد المناهج العلمية التي يستعملها الباحث لاختيار

الفروض التي يستعملها.

بمعنى هو اختيار العلاقات القائمة بين متغيرات الظاهرة الواحدة أو عدة ظواهر مختلفة دائما في إطار إتباع

خطوات محددة تساعد على بلوغ ما يستهدف من نتائج في البحث، انطلاقا من افتراض فرضية معينة.

حيث ينطلق من تأثير متغير واحد مستعمل في متغير تابع، ومع إبعاد أو تحديد أثر المتغيرات المستقلة

الأخرى التي قد تتدخل في العلاقة بين المتغيرين الرئيسيين⁽¹⁾.

فهو يعمق الباحث في استخلاص نتائج حقيقية، بعدم الاكتفاء بالملاحظة وحدها، ولذلك عن تطبيق هذا

المنهج يحتزل الزمان والمكان. لأنه منهج يقوم على أساس التجربة التي تعطي للبحث أهمية بالغة، بحيث يجعل

الباحثين يتنبؤون قبل حدوث المشكلة.

المنهج التقابلي: ظهر هذا المنهج بعد الحرب العلمية الثانية، وهدفه هو المقابلة بين لغتين، وتطور هذا

المنهج بعد الزيادة والإقبال على تعلم اللغات الأجنبية، ويعتمد هذا المنهج على المنهج الوصفي الذي يصف

اللغتين المراد إجراء المقارنة بينهما، حيث يقدم هذا المنهج خدمة تحليلية في الترجمة، التي تسمح للمتعلم المقابلة بين

اللغة الأم واللغة الأجنبية، والعرف على قواعد وتاريخ اللغة الأجنبية⁽²⁾.

حيث يكمن الفرق بينه وبين المنهج المقارن، فالمقارن يقارن اللغتين اللغات التي تنتمي إلى أم واحدة، مع

الاهتمام باللغة الأقدم تاريخيا، أما المنهج التقابلي فهدفه هو التعلم اللغوي أي هدفه وظيفي.

المنهج الوصفي: يهتم هذا المنهج بدراسة الواقع ووصفه وصفا دقيقا، ويعبر عنه تعبيرا كليا وكيفا، ويظهر

جليا هذا المنهج في الدراسات التربوية، حيث ظهر هذا المنهج في القرن العشرين، مع " ستويسر" الذي اهتم به،

و أبرز إمكانية اللغة أو اللهجة بالمنهج الوصفي، وما لبث حتى ظهرت مدرسة براق على يد عالم اللسانيات

(1) الدكتور أحمد بن مرسل مرجع سبق ذكره ص 312.

(2) الدكتور بلعيد صالح مرجع سابق ص، 52.

Trubetskoy الذي خصص له كتاب سماه، بمبادئ علم وظائف الأصوات، وبعد ظهرت المدرسة الأمريكية الأنتروبولوجية على يد ساير ويلومفيد وكذا هاريس.

ويؤكد جل العلماء على أن المنهج الوصفي ظهرا كرد على المنهج التاريخي القاصر، ويقوم هذا المنهج على أسس أهمها:

1- التجريد بعزل وانتقاء ظاهرة معينة ضمن عملية تقويم.

2- التقييم: وهو الحكم، ويكون شاملا.

المنهج التحويلي: لقد ظهر هذا المنهج سنة 1957، أين تحول إتجاه علم اللغة من المنهج الوصفي إلى منهج جديد وهو المنهج التحويلي، الذي أسس له العالم اليهودي الأمريكي نعوم تشوميسكي، لأنه كان ينظر إلى المنهج الوصفي للغة على أنه منهج قاصر ولا يهتم إلا بالوصف السطحي، ولا يربط الظاهرة بنفسية الإنسان من عوالم لم تؤثر في الحدث اللغوي، ولذلك طبق تشوميسكي هذا المنهج على النحو، ظهر ما يسمى بالنحو التحويلي، فهو أقرب إلى اللغة العربية، لأنها تتميز بالمنطق⁽¹⁾.

المنهج الجغرافي: فهو منهج يهتم بدراسة الحدود اللغوية لهجات المختلفة في خرائط تبين معالم كل لهجة وكذا كيف تختلف اللهجات من منطقة إلى أخرى.

حيث يطلق على هذا المنهج بالجغرافية اللغوية، أو علم اللهجات، الذي يهتم بوصف التنوعات المحلية، الاجتماعية والزمانية، فهو النهج الذي يدرس توزيع اللهجات واللغات عبر العالم، ليعطيها أهميتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

منهج دراسة حالة كمنهج إجرائي:

إن الدراسة التي تناولنا فيها تاريخ ونشأة الصحافة الأمريكية من عصر التاج البريطاني إلى اليوم وإعطاء التفاصيل وأدق الأمور، في محاولة من الباحث لتسليط الضوء على إمبراطورية من الإعلام المتطور، والذي غزا أرجاء المعمورة.

وبناء على ذلك، رأينا بأن الدراسة تتلاءم مع منهج دراسة الحالة، حيث يقوم هذا الأسلوب على تجميع البيانات والمعلومات الكثيرة وشاملة من حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات، وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشبهها من ظواهر حيث تجمع البيانات عن الوضع، الحالي للحالة المدروسة ذلك من أجل فهم أعمق وأفضل للمجتمع الذي تمثله.

(1) الدكتور بلعيد صالح مرجع سابق ص، 62.

ويتم جمع البيانات في مثل هذا الأسلوب بوسائل وأدوات متعددة منها:

-المقابلة الشخصية، الإستبيان، الوثائق والمنشورات.

-وتستخدم دراسة الحالة في كثير من الأحوال كمكمل للدراسات المسحية.

ومع أن هذا الأسلوب يؤدي إلى كشف الكثير عن الحقائق والمعلومات الدقيقة عن الحالة المدروسة، إلا أن ما يتم التوصل إليه من نتائج لا يمكن تعميمها على جميع الحالات الأخرى، إلا أن في حالة أن يتم التوصل، إلى نفس النتائج من عدد كاف من الحالات المماثلة ومن نفس المجتمع، فعندئذ يمكن تعميم النتائج على باقي أفراد المجتمع.

أما الدكتور أحمد بن مرسلبي يقول: بأن دراسة الحالة هي البحث المتعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه حيث، تقوم هذه الدراسة على إفتراض أن كل حالة قابلة للدراسة، تكون مع المجال الذي يتفاعل داخله وحده، و بالتالي لا يمكن أبدا فهم معاني الجوانب المبحوثة، على مستوى أي حالة كلما كان نوعها خارج إطار المجال الذي تتفاعل وسطه، ولذلك وجب طرح السؤال التالي: إلى "أي نوع من الدراسات يمكن تصنيف دراسة الحالة؟" حيث يرى جل العلماء أن أسلوب دراسة الحالة، هي دراسات مسحية للحالات الفردية، حيث تقوم بوصف الظاهرة كما هي في الطبيعة، وذلك بفضل جمع المعلومات الخاصة والمكونة لها. كما يرى الأستاذ رابع التركي الذي صنّفها ضمن الدراسات الوصفية، أما محمد زيان الذي صنّفها ضمن الدراسات المسحية.

وفي حقيقة الأمر أن كثير من العلماء الذين اعتبروها دراسات تنطرق إلى عناصر الأمة الثلاثة أي الماضي، الحاضر، المستقبل.

ولتسليط الضوء يذكر الأستاذ بن مرسلبي أحمد⁽¹⁾ فإننا عندما نتطرق إلى دراسة حالة الفردية في الماضي تسمي بدراسة الحالة من منظور تاريخي، وتكون دراسة مسحية عندما تكون في الحاضر، وهي تشخيص لحالة ما قائمة.

كما أنّها دراسات تجريبية عندما يكون الباحث يتوق إلى اختبارات تجريبية قد تصله إلى نتائج عملية تساعد على قراءة المستقبل.

وعلى الرغم من الاختلاف القائم بين تحديد نوعية الدراسة وتحديد منهج دراسة الحالة، لكون العلوم الإنسانية يصعب تحديدها، فإن أسلوب دراسة الحالة يقوم على البحث المتعمق للوضع الكلي الخاص بحالة فريدة

(1) الأستاذ بن مرسلبي أحمد، مرجع سابق ذكره.

غير معروفة من قبل قصد التعرف على خفاياها لأول مرة، أو الخاص بحالة واحدة، أو أكثر من ذلك ممثلة لمجموع حالات من أجل الاطلاع على وضعها الداخلي قصد الحصول على نتائج علمية.

وهنا نقطة الالتقاء للباحثين بأنها منهج دراسة الحالة، هو منهج وصفي أي أبحاث وصفية، لأنها تقوم على بحث الحالات ذات الطابع الفردي، لأنها غير معروفة، ولا تتوفر بشأنها معلومات، وبيانات قد ساعد على فهمها، وهنا نرى بأن الوظيفة الحقيقية لهذا النوع من المنهج هي تصوير الوضع القائم الخاص، بهذه الحالات الفردية تصويرا معمقا، يأخذ الشكل العمودي للظاهرة، كما أنها تتعدى الاستكشاف، كما أنها في غلب الحالات هي دراسات مسحية، لأنها أحيانا تستخدمها في دراسات أحداث ماضية، دراسة الشخصيات المرموقة، لكن بجزر حتى لا تقع في دراسة السير الذاتية للأشخاص.

إن منهج دراسة الحالة يتطلب الأدوات التالية: الملاحظة، الاستبيان، والمقابلة، تحليل المضمون، كما أن نلاحظ في منهج دراسة الحالة هو أن النتائج المتواصل⁽¹⁾ إليها في دراسة الحالة هي نتائج تتأثر كثيرا بالعوامل الذاتية للباحث، مثل النظرة الفردية للأمور، والانطباعات الشخصية، والخبرة المحددة والآراء الخاصة، لذلك يجب التحلي بالروح العملية لكل باحث.

إن نتائج دراسة الحالة لا يمكن تعميمها على المجتمع، لذلك وجب على الباحث التحلي بالصبر على اختيار العينة.

إن اعتماد الباحثين على منهج دراسة الحالة في البحث العلمي، تم تحت ظروف موضوعية خاصة مرتبطة أساسا بالطابع الفريد للظاهرة المدروسة عن غيرها من الظواهر.

وعليه، فإن منهج الحالة يوفر خزاناً من المعلومات والبيانات ذات القيمة العلمية التي يمكن تعميمها خاصة إذا كانت وجه الشبه موجوداً في المجتمع المثالي خاصة في أبحاث الإعلام التي تصادف رجال الإعلام والصحافة⁽²⁾.

خطوات أسلوب دراسة الحالة:

يتضمن أسلوب دراسة الحالة لظاهرة ما مجموعة من الخطوات الرئيسية على النحو التالي:

1-تحديد أهداف الدراسة، ويتطلب هذه الخطوة تحديدا لموضوع الدراسة أو الظاهرة المدروسة وكذلك تحديدا لوحدة الدراسة وخصائصها.

(1) الدكتور فتحي حسن اساسيات البحث العلمي في التربية و العلوم الإنسانية في البحث العلمي، مفاهيم، أساسيات، تطبيقات، الوراق للنشر و التوزيع 2010 الطبعة الأولى، عمان الأردن، ص 163 .

(2) أحمد بن مرسل مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية بن عكنون الجزائر الطبعة الثانية 2005.

- 2-إعادة مخطط البحث أو الدراسة وهذه الخطوة ضرورية لأنها تساعد الباحث في تحديد مساره واتجاه سيرته، حيث تمكنه في تحديد أنواع البيانات والمعلومات المطلوبة، والطرق المناسبة لجمعها وأساليب تحليلها.
- 3-جمع المعلومات من مصادرها والوسائل التي يتم تحديدها مسبقا.
- 4-تنظيم وعرض وتحليل البيانات بالأساليب التي يرى الباحث أنها تخدم أهداف بحثه ودراسته.
- 5-النتائج والتوصيات: وفي هذه المرحلة يوضح الباحث النتائج التي تم التوصل إليها وأهميتها وإمكانيات الاستفادة منها في دراسات أخرى.

أهم إيجابيات أسلوب دراسة الحالة:

- يحقق تطبيق أسلوب المنهج الحالة مجموعة من الفوائد الإيجابية التي أهمها:
- 1-توفير معلومات تفصيلية وشاملة ومتعمقة عن الظاهرة المدروسة وبشكل لا توفره أساليب ومناهج البحث الأخرى.
 - 2-يساعد في تكوين فرضيات جديدة، وعليه يفتح الباب أمام دراسات أخرى في المستقبل.
 - 3-تمكن من الوصول إلى نتائج دقيقة تفصيلية حول وضع الظاهرة المدروسة مقارنة بأساليب ومناهج البحث الأخرى.

أهم سلبيات أسلوب دراسة الحالة:

- 1-صعوبة تقييم نتائج أسلوب دراسة الحالة على حالات أخرى مشابهة للظاهرة المدروسة، خاصة عندما تكون العينة غير ممثلة لمجتمع الدراسة .
- 2-تحيز الباحث في بعض الأحيان خاصة عند التحليل وتغيير نتائج الظاهرة المدروسة الأمر الذي يجعل الباحث عنصرا غير محايدا و عليه تكون النتائج غير مطابقة ويتعد عن الموضوعية⁽¹⁾.

أما الباحثة البريطانية" جون هارتلي «Jean Hartley» التي تدرس المنهجية بجامعة لندن «Birkberk» ترى بأن منهج دراسة الحالة هو أهم منهج مستخدم في العلوم الاجتماعية، (2002 Robson) و (1994 Yin) (1995Stake) (1993Hamel)، حيث يقوم هذا المنهج بالتحري والتحقيق في المعلومات والمعطيات التي يجمعها الباحث في فترة معينة من الوقت لدراسة الظاهرة وذلك من أجل الوصول إلى إثبات

(1)الدكتور رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب ابحاث العلمي، النظرية والتطبيق، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقان التطبيقية، مكتبة الرازي العلمية، طبعة 1 دار صفاء للنشر والتوزيع 2000 عمان الأردن.

السياق الذي تهدف إليه الدراسة ويكون ذلك عن طريق تجميع المعلومات وتحليلها ثم تشير هذه المعلومات وإستخدامها مع ذكر مصادرها المتنوعة.

وفي الأخير ترى الباحثة بأن عند المرور بهذه الخطوات يجب على الباحث مغادرة منهج دراسة الحالة لتعتمد على التحليل الخاص (أنظر Bucha man et.ol)⁽¹⁾.

أما المؤلف موريس أنجز في كتابه المعنون: المنهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدرجات عملية) فلم يتطرق بتاتا إلى ذكر منهج دراسة الحالة، واعتمد على تدرجات المنهجية في المسجلة في برنامج العلوم الإنسانية للمستوى الثانوي طبقا لوزارة التعليم العالي والعلم لمدينة الكييك 1989، حيث اعتمد ثلاثة مناهج وهي المنهج التجريبي، والمنهج التاريخي، وكذا المنهج البحث الميداني، والذي قد يقترن من منهج دراسة الحالة خاصة في جمع المعطيات⁽²⁾.

وأورد الدكتور صالح بلعيد في كتابه في المناهج اللغوية وإعداد الأبحاث، بأن منهج دراسة الحالة وبأنه نهج يركز على الحالة بمفردها، وكذا تجميع كل البيانات والمعطيات المتعلقة بها ثم يقوم بتحليلها، وإبراز جوهر موضوعها، وذلك قصد الوصول إلى نتيجة ويتم ذلك عن طريق تحديد الظاهرة وكذا الفرضيات والمعلومات، كما يتم تعيين العينة الممثلة للحالة المدروسة، وتحديد وسائل جمع المعلومات واستخلاص النتائج، وفي الأخير يتم وضع توصيات⁽³⁾.

أما الأستاذ: فتحي حسن، فيرى بأن منهج دراسة الحالة يتضمن الطريقة ودراسة الحالة واحدة أو بضع حالات دراسة متعمقة مع تحليل كل عامل من العوامل المؤثرة فيها والاهتمام بكل شيء عن الحالة المدروسة وتحتاج هذه الطريقة إلى الخبرة، وبهذا من الباحث، كما أنه ينبغي تفسير النتائج التي يتم الحصول عليها بكل عناية مع تجنب الحالات غير العادية أو غير الممثلة وعموما نقل الأخطاء وزيادة عدد الحالات المدروسة(162-163)، وهذا المنهج يتحقق في صدق المعرفة الجريئة بالإعتماد على الملاحظة والتجربة الحسنة، فنتيجة لتكرار حصول الإنسان على نفس النتائج فإنه يعتمد إلى تكوين تعميمات ونتائج عامة، فإذا استطاع الإنسان أن يحرص كل الحالات الفردية في فئة معينة، ويتحقق من صحتها بالخبرة، المباشر عن طريق الحواس فإنه يكون قد قام بإستقراء

(1) د. صالح بلعيد في المناهج اللغوية وإعداد الأبحاث دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع طبعة 2005.

(2) موريس أنجز منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدرجات عملية، مصطفى ماضي، بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبون دار القصة للنشر فيلاحي سعيد حمدين 16012 الجزائر 2004-2006، ص 106.

(3) Cathine Cassell and Gillian Symon 2004 page 38. S, publication L+D1 oliverses xard 55citx rood toundouk.

age : Publication L+d1 Oliveris Xard 55 City Roord London. uk.

تام وحصل على معرفة يقينية. يستطيع تعميمها دون شك إلا أنه في العادة لا يستطيع ذلك، بل يكتفي بملاحظة عدد من الحالات على شكل عينة ممثلة، يستطيع أن يستخلص منها نتيجة عامة تفترض أن يطبقها على بقية الحالات متشابهة وهذا هو الاستقراء الناقص الذي يؤدي إلى حصول على معرفة احتمالية، هي ما يقابلها الباحثون على أنها تقریب للواقع.

كما يعد منهج دراسة الحالة من الأساليب المناسب يجمع المعلومات التفصيلية وشاملة ودقيقة في حالة محددة ومحلو، دراسة وتحليل ما تم جمعه في هذه المعلومات والبيانات دراسة عميقة وشاملة تفصيلية للوصول إلى النتائج الأفضل لتلك الحالة (ص.67)

ولكن ما يعيب على هذا المنهج فهو صعوبة تقييم نتائج دراسة حالة محددة على حالات أخرى متشابهة وذلك لتغير الظروف المحيطة بالحالة باستمرار بالإضافة إلى إمكانية وجود تحيز شخصي من قبل الباحث عند تحليل نتائج دراسة الحالة.

ويعرف الدكتور عامر مصباح منهج دراسة الحالة بأنه، منهج يركز على حالة واحدة ويعالجها من جميع نواحيها، كما أن هذا المنهج استعمل من طرف علم النفس العيادي، حيثما يقوم الباحث بتعيين حالة مرضية واحدة، تم تعميمها على جميع الحالات المتشابهة، تمر ما في هذا المنهج أن يتسرب إلى بقية العلوم الاجتماعية الأخرى، (العلوم السياسية، الإعلامية، والإجتماع)

وعليه فإن التعريف الحقيقي لهذا المنهج هو : "طريقة منهجية تحدد إهتمام الباحث بحالة واحدة يمكن من دراستها بعمق ودقة وإهتمام تشخيصا بجميع جوانبها سواء كانت الحالة المدروسة فردا أم أسرة، أم هيئة، أم إجتماعية، أم جماعة أم مجمعا صغيرا..."

من أهم العلماء المنظرين لهذا المنهج هم : ليفلين Livlin، ويونز وماكلستر Maccacster، وستراند، ووارترز Warters، كما أن هناك من علماء دراسة الحالة، أنه علم شبه بالدراسة التاريخية للحالة، بإعتبارها هي دراسة معمقة للعوامل المتشابهة التي يتمثل جذورها الحالة، ومحتوياتها.

ويرى الدكتور عامر مصباح بأن استعمال، واعتماد الباحث على منهج دراسة الحالة، لا يخير عروضاً، بل ليحصل على المادة التي تمكنه عن فرض العروض التي تمكنه من تحديد المشكلات وترتيبها حسب الأهمية، كما الحالة التي يتعرض الباحث إلى دراستها قد تكون مؤسسة اجتماعية، أو مصنع، أو نادى أو جامعة، ويكون مجتمعا مصغرا كالقرية أو القبيلة، كما قد تكون أشخاص يحملون رتب اجتماعية، كرئيس البلدية مثلا .

كما يرى آخرون أن منهج دراسة الحالة هو المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة، سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما إجتماعية، ليقوم على أسس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة، أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك للوصول إلى تقسيمات متعلقة بالوحدة المدروسة، وعلاقتها بالوحدات المتشابهة لها.

حيث يرى تشايلد بأن منهج دراسة الحالة "هو المنهج الذي يمكن عن طريقة جمع البيانات ودراستها بحيث يمكن رسم صورة كلية لوحدة معينة في علاقاتها المتنوعة وأوضاعها الثقافية".

كما يعرف منهج دراسة الحالة على أنه طريقة منهجية مركزة على حالة معينة تستهدف جمع الحد الأعلى من المعلومات حولها، بهدف الوصول إلى وصفها بدقة وتحديد خصائصها ومميزاتها، والتمكن بعد ذلك من القيام بعملية التقييم على الحالات المشابهة.

خصائص منهج دراسة الحالة:

من خلال تفحصنا إلى العديد من المراجع فيما يخص منهج دراسة الحالة، في الغالب هناك شبه إجماع في خصائص هذا المنهج ومنها:

التركيز والتعمق في حالة واحدة، وتناولها من كل الجوانب، أي أن الباحث يكرس كل جهده، وما أوتي من قوة لدراسة وحدة معينة، ولا يكون ذلك إلا بالإحاطة بالموضوع بجميع النواحي للظاهرة التاريخية أو الأوصاف الحاضرة.

كما يتميز منهج دراسة الحالة بوجود حالة واحدة، وليس مجتمع الدراسة وتختار عينة، كبقية المناهج الأخرى، هذه الخاصية، سوف توفر الجهد المركز الذي يؤدي إلى نتائج نوعية مكثفة⁽¹⁾.

أما الخاصية الثالثة، فهي تلك المصادقية التي يكتسبها البحث من خلال الانفراد بذات الحالة الواحدة، وتكثيف الجهد فيها، مما يعطيها الصدق والمصادقية وإمكانية تعميمها.

والخاصية الرابعة لمنهج دراسة الحالة، هي المرونة، بحيث تترك للباحث المجال للإضافة والزيادة، والتعديل حسب المعلومات التي يحصل عليها طيلة مدة بحثه.

(1) الدكتور عامر مصباح منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2008، ص 153 .

شروط تطبيق منهج دراسة الحالة :

- 1-المثابرة في جمع المعلومات عبر التطور التاريخي للظاهرة، في المعلومات البسيطة.
- 2-صياغة بناء نظري مناسب كمقدمة للقيام بالبحث، والهدف منه هو توجيه الباحث نحو الأبعاد الرامية المرجوة من البحث.
- 3-عدم الاكتفاء بالسطحيات، إنما يجب البحث والتركيز في عمق الظاهرة.
- 4-عدم الاكتفاء بمصادر محددة بل يجب أن تعدد المصادر والمشارب في جمع المعلومات، كالتعليقات، والمقابلات الشبيهة.
- 5-توثيق جمع المعلومات والبيانات، بحث يجعل كل معلومة في قالب مصدرها كمدرسة شيكاغو.

ويوصي الدكتور عامر مصباح بمايلي:

على الطلبة والباحثين والمستعملين لمنهج دراسة الحالة، أن يسلكوا الخطوات التالية:

- 1-يجب اختيار العينة التي سيتم دراستها بعناية، مع مراعاة الفرضيات والأهداف والتساؤلات الذي يسعى الباحث إلى الإجابة عنها عبر مراحل دراسته ولذلك يرى الدكتور عامر صباح، بأن على الباحث أن يراعي الاعتبارات اللازمة في ذلك وهي كالاتي:

أ-أن تكون الحالة متاحة للبحث.

ب-مراعاة سهولة الحصول على المعلومات وتوفيرها.

ت-القابلية للبحث.

- 2-ضبط نموذج نظري تجريدي: الذي يسميه ماكس فيبر بالنموذج المتالي، أو الخالص، بحيث يشتمل على الجوانب التي يركز عليها الباحث في بحثه، فالباحث يضع عناصر مهمة في بحثه وأخرى أقل أهمية، أو ثانوية.

- 3-تجميع البيانات الكاملة والكافية حول الحالة في امتدادها التاريخي، والحالي كما الاستعانة بالجدول والتبويب، مع تنظيم البيانات، كما تكون قابلة للقياس والاستنتاج واختيار الفرضيات، كما يجب على الباحث توثيق أية معلومة يحصل عليها، طبقا وتختلف الخطة في منهج دراسة الحالة، في ميدان إلى آخر، فمثلا في ميدان دراسة السياسية، لدولة مما يجب التركيز على الجوانب السياسية، والإقتصادية، والجغرافية وكذا النشأة. ولكن في حالة دراسة الفرد، فيجب التركيز على النشأة، والأسرة وكذا المدرسة التي تعلم فيها.

4-تحليل البيانات مهم جدا في منهج دراسة الحالة، حيث يتم لتحقيق عن الفرضيات⁽¹⁾، الذي يؤدي إلى الإجابة عن تساؤلات البحث، وفي الأخير كتابة التقرير النهائي للبحث وهي الطريقة التي يتم الاعتماد على المناهج السابقة.

أما الدكتور محمد شلي فيعرف المنهج دراسة الحالة على أنه "هو المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة، بأية وحدة، سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها، وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة وغيرها من الوحدات المتشابهة لها.

ومن هنا يتبين أن منهج دراسة الحالة هو التعمق في دراسة وحدة واحدة، سواء كانت هذه الحالة فردا أو منظمة إدارية، أو نظاما سياسيا أو دولة، أو حضارة، أو إمبراطورية.

ويكون الغرض من ذلك هو الإحاطة بها ومعرفة خباياها، وكذا أهم العوامل المؤثرة فيها مع التركيز على العلاقات النسبية وظائفها المكونة لإجرائها، وهذا المنهج لا يكتفي بوصف خارجي للظاهرة، وإنما هو تشريح للمكونات البسيطة كالعوامل المهمة في تشكيل الظاهرة.

ويرى الدكتور شلي بأن هذا المنهج هو مجموعة قواعد تحدد عملية⁽²⁾، البحث وتمثل فيا يلي:

1-توفير جميع البيانات المتعلقة بالحالة المدروسة، وهذه خطوة مهمة، يجب أن يلتزم بها الباحث.

2-يجب أن يركز الباحث جهده كامل على دراسة حالة واحدة.

3-ينبغي على الباحث أن ينتظر للحالة المدروسة على أنها حالة جزء من الكل مترابط ليؤدي وظيفة معينة،

وهي تسمى قاعدة الطابع الكلي.

4-كما ينبغي على الباحث أن يبرز الأحداث التي تؤثر في الحالة المدروسة في شكل سرد تاريخي للأحداث،

سواء كانت الحالة نفسية أو اجتماعية أو تاريخية.

5-على الباحث أن يدرس الحالة المدروسة مع الوسط المباشر وغير المباشر الذي توصيا لوحدة في إطاره.

وعلى هذا الأساس رأينا أن منهج دراسة الحالة، و بعد تفحصنا لكل المناهج السابقة، بأن منهج دراسة

الحالة هو الأنسب في التطرق إلى موضوع دراسة صناعة الأخبار في الصحافة الأمريكية دراسة حالة قناة فاكس

نيوز الأمريكية، اليمينية المحافظة، و كيف سنتطرق إلى الموضوع، من الجانب التاريخي، أي التطور التاريخي

(1) مرجع سابق، ص 153.

(2) الدكتور محمد شلي منهجية في التحليل السياسي، المفاهيم، المناهج، الإقترابات، الأدوات، دار هومة للنشر الطبعة الخامسة، 2007، ص.88.

للسحافة الأمريكية منذ النشأة إلى ما هي عليه اليوم، وكذا الظروف التي أدت إلى غزارة المنتج الإعلامي، و كذا الصدمات التي تعرض لها عبر التاريخ، تارة نعطيه المصدقية و تارة أخرى نبعده عن ذلك .

كما سنركز على دراسة حالة ظاهرة وهي ،قناة فاكس نيوز ،كيف ظهرت إلى الوجود و حققت ففزة نوعية في صناعة الأخبار، وغسيل المخ، وكيف ساهمت في صناعة العقيدة لدى الأمريكيين، وجعلتهم أكثر تحفظا وتدينا وتطرفا أحيانا، بالرغم من النظرية السائدة على أن الإعلام الأمريكي ليبرالي حتى النخاع ،هذا ما سنراه في بحثنا هذا.

تحديد المصطلحات :

الرقابة: يطلق في الأصل على خياطة عجوز تستعمل المقص ثم أصبح يُسحب يجوز على الرقابة، قد رسم أندري جيل نموذجا لذلك في صورة كاركاتورية وردت في أثره المعروف كسوف 19 جويلية 1874

الحقوق الأدبية للمؤلف: من صفات حق التأليف التي تهدف بصفة مباشرة أو من خلال الأثر إلى حماية شخصية المؤلف التي يعبر عنها الأثر، وتمثل صفات الحق الأدبي للمؤلف في الحق في الاسم والحق في احترام الأثر والحق في النشر والحق في التراجع والندم، ويتميز الحق الأدبي للمؤلف عن الحق المادي له.

الحقوق المادية للمؤلف: من صفات حق التأليف التي تمكن المؤلف من أن يجني ربحا من مختلف أشكال استغلال أثره، ويشمل الحق المادي للمؤلف الحق في استنساخ أثره وتمثيله والحق في التبع العدلي، ويتميز الحق المادي للمؤلف عن الحق الأدبي .

الآداب العامة: لم يحدد المشرع مفهوم الآداب العامة مما أضطرنا في البحث في فقه القضاء عن عناصر هذه المخالفة، الآداب العامة تتعلق أساسا بالآداب الجنسية، تعتبر مخالفة للآداب العامة كل الحكايات والصور الخليعة المشينة والتي تقدم إن لم نقل تدعو أو تحرض على الانحلال الخلقي والانحراف، والتفسخ والتي تبحث باستمرار وانتظام عن كل أشكال الإثارة الجنسية والتي تصف بشيء من التساهل والابتذال الوقح المهين ودونما إهمال لأية جزئية فسيولوجية. العلاقات الجنسية التي تبدو وكأن وظيفتها منحصرة في مجرد اللذة حيث ينعدم كل إحساس نبيل فالأمر يتعلق ها هنا بإزكاء أحط الغرائز وأقذرهما عند الإنسان، وأن انعدام تعريف قانوني للآداب العامة، الذي يجعل من الصعب إدراك المفهوم إدراكا صحيحا يلعب بلا ريب بضرورة إتاحة ملاءمة مطردة لتطور العقليات والآداب.

كابيل: سلك ناقل يمكن من إيصال الرسائل الإعلامية، ويمكن الكابل خاصة من التقلب على الوضع الناجم عن الندرة التي يتسم بها الإرسال بواسطة الأمواج الهيرتزية.

1- كليوغرام: برقية أو مقال يرسل بواسطة كابل تلغرافي.

2- كابل: محوري مواز يستعمل لإرسال إشارات الفيديو.

رقابة: ضرب الرقابة المسبقة للإعلام تختص به غالباً الأنظمة الاستبدادية التي تخضع كل خبر أو تعليق قبل إذاعته أو نشره ويبيع أي نشرية وعرض أي مشهد لنظر السلطات السياسية أو الإدارية، وذلك للحصول على ترخيص يمكن لأسباب موضوعية أو أخرى تتعلق بالظروف، لا يطالب تبريرها أن يرفض أو ألا يمنح إلا مقابل حذف أجزاء من النص أو إدخال تغييرات عليه ويطلق هذا الاسم كذلك على الجهاز أو الإدارة أو المصلحة التي تتولى مثل هذه المراقبة.

الاتصال الجماهيري: هو الشكل الذي يتخذه الاتصال أو التواصل الاجتماعي عندما يتجه بث المعلومات أو الرسائل الإعلامية إلى جمهور عريض متنوع بواسطة وسائل الاتصال التي تميز الحضارة الصناعية.

بث مباشر: هو حق معترف به رسمياً وقانونياً بل أنه دائماً مضمون في الواقع ويتمتع به مبدئي في النظم الليبرالية للإعلام كل شخص يمكنه أن يعبر أو يكتب كل ما يعلمه عن الأحداث والأشياء ويعرف بالوسائل نفسها برأيه أو وجهة نظره. ويقتضي مبدأ حرية التعبير أن تمتنع السلطات العمومية عن محاولة تقييده أو إقامة عراقيل في وجهه بصورة جائرة.

نسخة: استنساخ مطابق لمكتوب أو رسم أصلي.

أسبوعية: دورية أو صحيفة تصدر مرة أو مرتين في الأسبوع أو ثلاث مرات.

اقتصاديات الإعلام: فرع من فروع العلوم الاقتصادية يتناول بالوصف والشرح بنية قطاع الإعلام وتطوره وخصوصية، التصرف في مختلف مؤسسات الإعلام (المصاريف، مصادر التمويل، المساعدات المختلفة) وكذلك العوامل التي تؤثر في استهلاك وسائل الإعلام (مستوى ضبط السعار، مداخيل البرامج).

حرية الصحافة: شرط تتمتع به وسائل الإعلام في الأنظمة التعددية أو الليبرالية للإعلام. وهو عنصر مكون ومميز للديمقراطيات الغربية أو الليبرالية. وفي أنظمة كهذه ينبغي للصحافة أن تسمح بالخصوص بتبادل الأفكار ومقاربة الآراء وأوجه النظر وهي شروط أولية ضرورية لاختيار سياسي حقيقي ومراقبة المحكومين لعمل الحاكمين، وينبغي للصحافة حتى تكون قادرة على أن تقدم مهمتها بدقة، أن تتمكن من التمتع باستقلالية واسعة وأن لا تخضع لكل توجيه، أو تهديد أو تضيق أو محاولات ضغط صادرة عن أولئك الذين يتمثل دورهم في مراقبة عملهم، على وجه الخصوص، ولا يخضع إنشاء مؤسسة صحفية وممارسة مهنة الصحافة للحصول على أي ترخيص.

رخصة البث الإذاعي: رخصة بث مصحوبة بإسناد ذبذة أو طول موجة تمنح لمحطة إذاعية أو تلفزة جديدة وهذه المراقبة الضرورية تمثل أحد أشكال التدخل في نظام أو بلد تخلى عن الاحتكار لأسباب فنية أساساً.

احتكار البث: هو عنصر من عناصر الاحتكار الإذاعي والتلفزي يحتفظ فيه لنفسها بحق إقامة تجهيزات تقنية لازمة لإرسال برامج إذاعية وتلفزية واستعمالها ويتولى كذلك صيانة هذه التجهيزات واستغلالها ما لم تعهد بهذه المسؤولية لمؤسسة عمومية لتعيينها وتراقبها.

احتكار البرمجة: عنصر أو جانب من جوانب الاحتكار الإذاعي تحتفظ الدولة بموجبه لنفسها أو للمؤسسة أو المؤسسات التي تعينها لهذا الغرض وتراقبها بالانفراد بتحديد نوع ومضمون البرامج وإنجازها وتاريخ بثها وساعته.

موجة: اهتزاز أو ارتجاج ينتشر في الفضاء.

العلاقات العامة: مجموعة من العمليات التي تقوم بها المؤسسة (أو جهاز عمومي أو خاص) قصد إثارة ردود فعل إيجابية عن العاملين فيها إزاء نشاطها.

الشبكة: مجموعة المسالك بما في ذلك خطوط النقل التي تربط مختلف محطات الإرسال والاستقبال الإعلامي المطرفة.

قمر اصطناعي: جهاز بمدار إهليلجي يطلق من الأرض ويستخدم لالتقاط الإشارات وإرسالها.

قمر اصطناعي للبث المباشر: قمر اصطناعي معد لربط مركز بث وحيد بعدة نقاط استقبال موزعة على مساحة جغرافية معينة.

قمر اصطناعي للاتصالات السلكية واللاسلكية: قمر اصطناعي معد لربط عدة مواقع للبث والاستقبال وقادر على التصرف في إيصال الإشارات الملتقطة إلى المحطات الأرضية.

السر المهني للصحفيين: حق يطالب به الصحفيون للتمكن من عدم الكشف للسلطات الأمنية والقضائية عن مصادر الأخبار أو بعض المعلومات التي بحوزتهم⁽¹⁾.

جماعة الأقلية: Minority Groop: هم جماعة قليل العدد ويكون لرأيهم برغم كونهم أقلية أهمية كبرى في الحياة السياسية والاجتماعية، بحيث لا يمكن إهماله، أو إنكاره بأي وجه من الوجوه، غالباً ما يمثل رأي الأقلية

(1) قاموس الصحافة والإعلام - فرنسي - عربي صدر عن المجلس الدولي للغة الفرنسية، سنة 1991. ترجمة مصطفى حسان وعبد الحميد بدوي ورضا متاني. ISBN : 2-85319-230X.

ما لا يقل عن النصف في الجماعة وقد يتحول هذا الرأي إلى رأي الأغلبية، وخاصة عندما تعمل على أن تكسب الجماهير وتفرزها بمبادئ جديدة لتظفر بالأغلبية، كما قد يتحول رأي الأقلية إلى رأي الأغلبية عندما تكسب الجماهير بالمبادئ التي تحتويها وتشمل عليها هذه الجماعة، فهي جماعات لا يمكن إغفالها في الحياة السياسية، والاجتماعية لما لها من دور مهم في تكوين الرأي العام⁽¹⁾.

جمع الأخبار: News Gathering. توكل مهمة جمع الأخبار إلى المندوب الصحفي، ولا بد أن يكون له أسلوبا مميزا في جمع الأخبار، ومن المفيد للمراسلين ودارسي هذا الفن أن يدركوا مدى دقة ودينامكية الخطوات المتبعة في عملية جمع الأخبار، كما يتلقى الجمهور أفضل المعلومات إذا أدرك المرسل أن الطريقة التي تتبعها في جمع الأخبار هي التي تحدد ما يصل منها للجمهور في النهاية.

ويواجه المندوب الصحفي حدين: الأول من جانب الإغراء الذي يتعرض له اتجاه الأحداث، والثاني هو ما يجب أن يختاره من مصادر أخباره، كما تعتبر حرية الصحافة هي الركيزة الأساسية في استقاء الأخبار والأخبار⁽²⁾.

جمهور Audience⁽³⁾: الجمهور هو مصطلح في يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم أو بين الناس وأحيانا يكون هذا المحيط مدينة أو إقليما وأحيانا يكون العالم بأسره. وفي المفهوم العام يدل الجمهور على أية رابطة فضفاضة لأفراد تجمع بينهم مصالح مشتركة ووسائل مختلفة من الاتصالات.

وهناك من يعرف الجمهور على أنه مجموعة من الناس يمكن السيطرة عليهم وتوجيههم وإسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب. وهناك أنواع الجمهور:

1-الجمهور المثقف: الجمهور الذي تعلم ووصل إلى درجة عالية من الثقافة والمعرفة وهذا الجمهور لديهم من الوسائل ما يجعلهم يناقشون ويجادلون ولا يتوقفون عن الجدل.

2-الجمهور العنيد أو الراض: هو ذلك الجمهور الذي يرفض كل ما يعرض عليه، سواء إقناع أو عدم إقناع، بل يفترض محاولة الاتصال به مرفوضة وكل ما يوجه إليه مرفوض ويتمسك بموقفه ولا يتزحزح.

(1) الدكتور: محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية المجلد الثالث دار الفجر للنشر والتوزيع 2003 ص 931.

(2) مرجع نفسه. ص 944.

(3) الدكتور محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 160.

3-الجمهور الذواق: هو جمهور مرهف حساس متجاوب ويحترم ما يحدث ويميز بين الكذب والصح.

4-الجمهور الغامض: هو الجمهور الذي لا يفصح عن نواياه، لا يتأثر ولا يفعل بسهولة وغالبا ما يكون

هادئا لا يكشف عن سر هدوئه.

5-الجمهور الجاهل: هو من أصعب أنواع الجماهير اتصالا، لأنه لا يقرأ و لا يفهم و لا يهتم بالآراء

والمعنويات ولا تنفع معه الرسالة الاعلامية.

حارس البوابة: Gate Keeper: هو السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، حيث يصبح

لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة

الإعلامية ومنها إلى الجمهور، حيث يقول: "الوين" إن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات

الجريدة أو المحطة أو في وسائل الإعلام الالكترونية وقد سمى "الوين" هذه المراحل "بوابات" وقال إن هذه البوابات

تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها، وقد أشار "الوين" على فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم

المؤثرات أو العوامل التي تحكم في القرارات التي يصدرها "حارس البوابة" أي هناك مجموعة من حراس البوابة

يحكمون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، ويتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا

البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم.⁽¹⁾

حق الخصوصية: لكل إنسان حياة خاصة يحرص عليها أن تكون بعيدة عن العلانية والتشهير، فهي لا تفيد

الرأي العام ولا تفيد الصالح العام. وأن المس بها هو مساس بالحقوق الأساسية للإنسان وهي حرته الشخصية في

التصرف والعمل بدون رقيب سوى الضمير، ويترتب على مخالفة هذا المبدأ أحيانا الوقوف تحت طائلة القانون.

TABLOID: هي صحف الهيئات التي لها عقائد معينة، من هذه الصحف هناك الصحف الخبرية

وفيهما المحافظ وتخطب الصفوة ومنها ما تتبع أسلوب الإثارة في التحرير والإخراج، وقد تختلف هذه الصحف من

ناحية الإخراج فنجد منها صحفا ذات حجم عادي وأخرى ذات حجم نصفي.

رخصة: Licence: هو إذن قابل للنقل أو التحويل تمنحه الحكومة أو أية سلطة رسمية فيها الشخص

للقيام بعمل أو مزاولة مشروع معين ينظمه أو يقيدده القانون، كالرخصة التي تمنح لقيادة السيارة، أو تقترح بصدور

صحيفة.

(1) الدكتور محمد منير حجاب، مرجع سابق ص 982.

الرضا المهني: Professional Satisfaction:⁽¹⁾ ويعنى به الرضا الذي يستمده الفرد من وظيفته التي يقوم بها أو الجماعة التي يعمل معها رؤسائه الذين يقومون بالإشراف عليه، وهو نابع من إيمانه بوظيفته والدور الذي يمكن أن يقوم به، وغياب هذا الرضا يؤدي إلى إهماله، كما يفني الاتجاه الإيجابي المؤثر لدى العاملين تجاه عملهم أو مدى استماعهم بوظيفتهم وهو عبارة عن مجموعة الصفات أو الخصائص الاجتماعية المرتبطة بالعمل القيم والاتجاهات والميزات والمدرجات التي تحدد معنى العمل ودوافعه. ومن الدوافع التي تحقق الرضا المهني هي:

1- سياسة المؤسسة وأسلوب الإدارة.

2- الإشراف الفني.

3- الإمكانيات المتاحة في العمل.

4- الدخل.

5- العلاقات الشخصية مع الرؤساء.

6- القدرة على التفاعل مع الزملاء.

7- الأمن الوظيفي.

8- الوضع الاجتماعي.

9- الحياة الشخصية.

الأيديولوجيا: Ideology: استعملت كلمة إيدولوجيا أو الأيدولوجية لأول مرة عن طريق قائد الخيالة والفيلسوف الفرنسي "ديستوري ترسي" كان ذلك سنة 1755-1836 في كتابه الشهير "عناصر الأيدولوجيا" ويقصد بالأيديولوجية بأنه عمل الأفكار حقائقها وأخطاؤها من خلال نظرية نقدية لعمليات العقل الحقيقية، ثم تطورت الكلمة بسرعة وأصبحت شائعة بصفة عامة وأصبحت تعني نظاما من الأفكار والعواطف والاتجاهات بالنسبة للعالم والمجتمع والإنسان.

وطبق هذا المفهوم في السياسة أكثر حتى اكتسب شرعية وكانت الإيدولوجية بهذا المعنى تعطي إلى الممثلين على مسرح السياسة كنتيجة لأعمالهم وأقوالهم.

في هذه الحالة الإيدولوجيات من هذا النوع لا تحتاج أن تكون منطقيا كاملة أو ثابتة أو تتطابق مع الحقيقة تحتاج وحدتها إلى أن تكون عاطفية.

(1) الدكتور محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 1300.

إن الإيدولوجية هي ترجمة للمصلحة الثابتة أو برنامج التفاعل ودراسة الأيدولوجية جزء من دراسات علم الاجتماع الديني وعلم الاجتماع السياسي وهي الموضوع المركزي لدراسة علم الاجتماع المعرفة⁽¹⁾.

غسيل المخ: Brain Washing: هو اصطلاح حديث مرادفة الإقناع الخفي، ومنه الذهنية وغرس العقائد وكذا التحويل الفكري، فغسيل المخ هو إعادة تشكيل التفكير، وتغيير الاتجاهات النفسية، ويتم هذا التغيير عن طريق التفجير عن طريق عزل الفرد في سجن أو مستشفى، ويعطى له رقم وليس اسما بالإضافة إلى استغلال مؤثرات الجو والجوع والتعب والألم والأساليب الأخرى مثل الصدمات الكهربائية استخدام العقاقير المخدرة وحرمانه من النوم واتهامه بتهم خطيرة غير معروفة وغامضة ولا بد أن يعترف بها. وتشكيكه في أصدقائه ومؤسسته التي ينتمي إليها والوصول به إلى مرحلة الهلوسة إلى غاية الاعتراف تحت الضغط ثم تبدأ المقابلات الشخصية بوجهة النظر والأفكار المراد غرسها.

ولا يقاوم غسيل المخ عن طريق الثقة بالنفس وعدم الاستسلام والامتناع عن الإداء بأي تصريح والإفصاح عن المعلومات.

وعليه غسيل المخ هو أسلوب من أساليب التعامل النفسي يدور حول الشخصية الفردية بغرض نقلها من حال التكامل إلى حالة التمزق العنيف بحيث يصير من الممكن التلاعب بتلك الشخصية وجعلها أداة ضعيفة في يدي المهيج أو خبير الفن واستخدام المصطلح أول مرة من طرف الصحفي "أدوارهر" في ترجمة لكلمة هسي ناو "HSI-UAO" المستخدمة في النظرية العينية للإشارة إلى إصلاح الفكر بمعنى إعادة التشكيل الإيدولوجي، غسل المخ هو عملية أو أداة هامة للحرب النفسية وكذا الدعاية السياسية.⁽²⁾

قذف: Libel Aspersion: هو إسناد وقائع أو أمور محدد تستوجب إحتقار من أسندت إليه ومعاقبته قانونيا إذا كانت صحيحة كإتهام شخصية بالجنون أو أدخل أدخل مصلحة الأمراض العقلية أو اتهم بالسرقة أو التزوير أو الرشوة أو النصب أو الغش، الهدف من تجريم القذف هو توفير الحماية الأدبية للأفراد بمعنى انتهاك المصالح الضرورية القانونية التي تتمثل في الشرف والاعتبار.

ولكي يكون القذف معاقب عليه يجب أن تتوفر فيه أركان ثلاثة وهي:

1- الإسناد: وهو الإدعاء بفعل لو كان صادقا لكون جريمة في حق من أسند إليه.

2- العلانية: أي علانية الإسناد.

(1) الدكتور محمد منير حجاج، مرجع سبق ذكره، ص 440.

(2) محمد منير حجاج، مرجع سبق ذكره، ص 1892.

3- القصد الجنائي: هو علم الجاني أنه يقذف في حق غيره واتجاه إرادته إلى ارتكاب هذا القذف المباح.

التشهير: هو أي قذف مكتوب كان أو مطبوعا في شأنه أن يوحي باطلا بأن شخص ما قد ارتكب جريمة أو أن هذا التشهير سيؤدي إلى إلحاق ضرر في عمله أو مهنته أو يعرضه للشماتة أو الازدراء، ويقال أن التشهير هو القذف بوسائل النشر بمعنى تشمل الألفاظ المطبوعة أو المكتوبة كما تشمل الأشياء المرئية كالصور والرسوم البيانية والتسجيلات والنسخ المصورة عن هذه الأشياء.

الأخبار الناعمة: Soft News: هي الأخبار والتحقيقات عن الأحداث الجارية والتي تفقد قيمتها ببطء نسبي إذا لم تذاق على الفور وتسمى كذلك الأخبار الخفيفة، باعتبارها تثير انتباه القراء والمشاهدين وتسليهم، مثل أخبار الطرائف والرياضة وأخبار نجوم المجتمع، والفن والأدب.

الأخبار الجادة: The Hard News: وهي الأخبار التي تحيط القراء علما بالأحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير في حياتهم ومستقبلهم إن عاجلا أو آجلا مثل أخبار الشؤون العامة، والشؤون الاقتصادية، والمشكلات الاجتماعية، والعلوم، التعليم ورجال المال والأعمال، الصحة وما شبه ذلك من الشؤون. كما يسمى رجال الأخبار في الإذاعة والتلفزيون يسمى الأخبار الجادة بالأخبار الساخنة⁽¹⁾.

(1) الدكتور محمد فريد عزت القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، ص 45.

القسم الأول: الميديا الأمريكية نظرة عامة.

مقدمة:

إن الحديث عن الميديا الأمريكية يقودنا إلى أن نتكلم عن الإشهار الذي يعتبر المحور الأساسي في الميديا الأمريكية بإعتباره هو المصدر المالي الحقيقي، الذي تحولت به الصحافة إلى قوة مالية لا تضاهيها الشركات الصناعية العملاقة الأخرى، وعلى هذا الأساس يسمي الإشهار بالصناعة بإعتباره صناعة إعلامية دعائية، ذات تأثير في الإقتصاد والإعلام والثقافة وحتى في الصناعة الثقيلة فمثلا شركة يوركتروكميل proctèrge Comple ، صرفت على الإشهار سنة 1982، 2,15 مليون دولار وتلتها شركات Philip Morris بـ 2,05 مليون دولار حول⁽¹⁾ منتوجاتها والمستعملة في السحائر والأغذية.

وتتوزع وكالات الإشهار في خمسين ولاية، تعمل على مدى الساعات من أجل استقبال أكثر من مستوى المساحات الإشهارية، في الراديو والإذاعة، والتلفزيون والجرائد والأماكن العمومية المخصصة لذلك.

الكتب: بدأ الإهتمام بطبع الكتب في الولايات المتحدة، مع الحملة التي قادتها الديانة المسيحية، وخاصة البروستانية التي تزامنت مع اللانتشار الواسع للديانات الجديدة التي تحمل الأفكار الإنسانية عبر أوروبا الغربية، خاصة في عصر الأنوار في بريطانيا التي كانت تحتل أمريكا آنذاك. كان طبع أول كتاب في أمريكا سنة 1936⁽²⁾ حيث ظهر للوجود في الأربعينيات.

والكابل: يسمى بالوسيط القديم الجديد في عالم الإتصال، الذي أصبح سوقا تدير الملايير من الدولارات. و**صناعة الفيلم:** يعتبر ظهور أول فيلم في الولايات المتحدة الأمريكية ثورة في صناعة السينما كان ذلك 23 أفريل سنة 1896 بمدينة نيويورك وتطور صناعة الأفلام مع شالي شابلن، وتأسيس الهوليوود على يد نجوم السينما في ذلك الوقت ريدولن فايشن، وماري بيكفورد وليليان قيش، وغيرهم، عرفت صناعة الأفلام تطورا مذهلا من 1920 و1930 حيث وصل عدد الذين يذهبون إلى السينما 80 مليون شخص⁽³⁾.

المجلات: هناك ما يربو عن 11092 عنوانا في جميع التخصصات حيث ظهرت أول مجلة في بريطانيا كان ذلك سنة 1704 وتعني كلمة Magazine بالمخزن، وعرفت إنتشارا واسعا، وأصبحت تمثل اقتصادا مستقلا.

الجرائد: أما الجرائد فحدث ولا حرج، حيث تجاوز المليون عنوانا، ويذر عوائد تضاهي الصناعة الحربية.

(1) Kevinl. Keenan : Adversting Hand Book on mass media in the united states The industry and its Audiences Edited by Erwink. Thomas and Brown H Carpenter USA P05.

(2) Ronald.J.Zboray Ibid P 21.

(3) Shirleys.Carter Hand Book on Mass Media in U.S.N. the industry and its audiences edited by : Erwin k. Thomas and Brown compenter. Page 62

العلاقات العامة: هناك ما يربو عن 161000 عامل في مجال العلاقات العامة حسب إحصاء مكتب العمل في الولايات المتحدة الأمريكية لسنة 1990⁽¹⁾، وهي الآن التي تدير المعلومات والحروب العصرية.

التسجيلات: أي تسجيل الأغاني عرف تطوراً كبيراً بعد ظهور الأقراص المضغوطة وشركات التسجيلات، حيث بلغ مداخيل التسجيلات 9 مليون سنوياً سنة 1990، فيما ذلك الأشرطة السمعية والأقراص المضغوطة كما أ، هناك 2000 شركة مختصة في التسجيلات والتوزيع⁽²⁾.

قانون حماية الملكية الفكرية التي أخذ من القانون البريطاني، بدأ العمل به في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1790 ويعرف تقيد حقوق الطبع 1990 وتطور ليشمل حق الطبع في الموسيقى سنة 1831.

يقع مركز حماية المؤلف والحقوق المجاورة في مكتبة الكونغرس، بولاية واشنطن D.C أي العاصمة الأمريكية، مفتوح لمدة 24/24 ساعة يسمح ويرد على الهاتف للذين سيحلون أغانيهم، ومراسلة هذا المكتب مجانية، ويستطيع أي إنسان له فكرة عليه أن يملأ الإستمارة، لحماية إختراعيه.

وفي سنة 1976 أضيفت مادة أخرى لعقد الملكية الفكرية، وهو إعطاء الحق للمؤلف حق الملكية مدى الحياة، و50 سنة بعد الوفاة للذين لهم الحق في الميراث وإعطاء نسبة للشركة المنتجة.

ومباشرة عندما يحصل التسجيل لدى مكتبة حقوق المؤلف، يصبح للمؤلف الحق في البحث عن التسويق لمنتجاته⁽³⁾.

التلفزيون: سيتم التطرق إليه لاحقاً مع الجرائد، فقد غير مجرى الحياة في الولايات المتحدة الأمريكية.

مما أدى إلى شرح في المجتمع الأمريكي، خاصة في الجانب الأخلاقي كما له تأثير مهم في اتخاذ القرار خاصة عندما تكون السياسة غير مدروسة، وسيطرت شبكات التلفزيون على الأشهار متحولت إلى شركات ضخمة واستطاعت أن تعبر المحيطات وتأثر في كامل أرجاء العالم.

أما الجرائد فبالرغم من تطور الأنترنت، والصحافة الإلكترونية إلا أن الصحافة المكتوبة بقيت صامدة، بل قفزت استثماراتها في قطاعات أخرى، ومازالت الجرائد العملاقة كالواشنطن بوست، نيويورك تايمز ترسمان السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية.

(1) Barbara Bealor Hines Hand book on mass media Ibid P 116.

(2) Lawrance N.Redd Hand Book Ibid P 148.

(3) Lwrance N.Redd Hard Book on mass media Ibid P 157.

الفصل الأول: التطور التاريخي للصحافة المكتوبة

المبحث الأول: الصحافة المكتوبة.

قبل الغوص في الحديث عن الصحافة الأمريكية لابد أن نعرض على أهم النقاط الأساسية في تاريخ الصحافة الأمريكية هي:

- الصحافة الأمريكية كانت قليلة جدا في بداية النشأة.
- المطابع والبريد كانوا في بداية الانتشار، يراقبان ويسيطران على الصحافة.
- الأخبار لم تكن وقتية كما يحدث الآن بل الحصول عليها يأتي متأخراً
- فكرة حرية الصحافة لم تكن مقبولة من طرف الحكومة الإستعمار البريطاني.

ففي سنة 1686، وصل السيد بن يمين هاريس⁽¹⁾ الذي كان يطبع "ضد التاج"^(*) وهي جريدة في لندن، وصل إلى مدينة بوسطن الأمريكية، وبعد أربع سنوات منذ وصوله قام بإصدار أول جريدة أمريكية تسمى "الأحداث العمومية" كل من الخارجية والداخلية وكان يتبادل في هذه الجريدة أحداث اليومية في أمريكا وأوروبا وقضية مالك فرنسا وزوجة ابنه وكان الصراع يدور حول الجريدة بأنها لابد أن تأخذ الموافقة من المملكة البريطانية للصدور.

بعد أربعة عشر سنة أي سنة؛ 1704 صدرت جريدة رسالة الأخبار ببوسطن من طرف الناشر جون كومبيل وهو رئيس فرع البريد في هذه المنطقة مما سهل المهمة للجريدة من الصدور كما كانت قصصها خالية من التحدث عن الملوك وكانت تباع بالخسارة لأن كان عدد المشاركين يصل 300 مشترك في ذلك الوقت. وبدأت المنافسة في صدور جريدة نيويورك، والأخرى في بوسطن، عندما ظهرت جريدة NEWS ENGLAND COURANT نيو أنقليد كورنت.

وكانت مميزة هذه الجريدة لسببين وهما:

أولاً: لصدورها من طرف JIMES FRONKLINE^(**)

ثانياً: لأنها جاءت بفكرة جديدة في فلسفة الصحافة، فالسيد فرانكلين أصدرها بدون موافقة الحكومة المحلية، ووضع في السجن من طرف قضاة المدينة؛ ومنع من أن ينشر أي شيء بدون موافقة المحكمة، ثم غير اسمه إلى BEN بان وأصدر الجريدة باسم بان كورنت.

لكنه لقي منافسه من مما اضطر إلى الرحيل؛ فرحل إلى مدينة فيلادلفيا وأسس جريدة بالسلفانيا قازات pennsylvania gazzatte كانت قزات من مميزات الإيضاحية في التصميم، وكان قد تقاعد بن فرانكلين من

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 86.

(*) سبق التطرق إلى التاج في المقدمة.

(**) هو الأخ الأكبر لبنيامين فرانكلين، الذي أصبح ناشراً لجريدة pennsylvania gazzatte سنة 1729 وعمره 24 سنة، وأصبح من كبار الصحفيين الناجحين في العهد الاستعماري.

ميدان الصحافة في سن الثانية والأربعين، بعد أن أصدر عدة مجلات وصحف، مستعملا فيها الرسم الكاريكاتوري ويعتبر أب تطور الصحافة الأمريكية في الاحترافية.

بداية الثورة:

بدأت الهوة تتسع بين المستعمرين بفتح الميم والتاج الملكي في عهد فرنلكن خاصة عندما أصبح ناشرا كبيرا في بداية الصحافة الأمريكية وظهر هذا الصراع بين الحكومة والمعمرين.

عندما ادخل John Peter Zenger⁽¹⁾ السجن بسبب انتقاده الشديد للتاج البريطاني الذي كان يحكم ولاية نيويورك في ذلك الوقت، للعلم أن القانون الذي طبق ضد زينقر هو امتداد للقانون السائد في المملكة البريطانية، وان الحكم الذي صدر ضد الصحفي زينقر كان قد صيغ في بريطانيا وكانت حيثيات التهمة التي وجهت للصحفي زينقر هي انه قام بالتشهير ضد حاكم نيو يورك، ولكن الثغرة التي كانت موجودة بالقانون هي انه الذي اتهم بالتشهير يمكن أن يرد بالحقيقة وعليه حكمت المحكمة لصالح الصحفي زينقر

وتنامت الصحافة بشكل كبير قبل الثورة وكانت معظم هذه الصحف، إما تابعة للحكومة الملكية أو المستعمرين، وفي هذه الفترة انقسم رجال التحرير إلى قسمين أو بالأحرى إلى حسب ميولا تهم السياسية، وعلى حسب القضايا المطروحة في ذلك الوقت، ولكنهم توحدوا قليلا بعد صدور "عقد الطابع" الذي صدر في سنة 1765؛ تضمن إجبارية الجريدة لدفع واحد بيني كضريبة على كل نسخة التي تباع حيث رأى الناشرين بأن هذه الضريبة ستؤدي إلى إقفال الجرائد مما توحدوا وكانت ألبينة الأولى لإخراج الاستعمار.

ففي سنة 1776 عندما أعلن المؤتمر القاري، وافق على إعلان الاستقلال، نشر النص في جريدة بالساليا فيا فينيك بوست Pennsylvania Evening Post في السادس من جويلية 1776 وبعد سنة سمح المؤتمر القاري للسيدة Mary Katherine Goddard بإصدار Mary Land Journal⁽²⁾ لطبع أول مطبوعة رسمية للإعلان مع ملحق للأسماء التي أمضت على الإعلان، وعنون كالتالي: إعلان قودارد وأصبحت هذه الجريدة هي الرائدة في الصحافة المعمره أثناء الحرب، وكانت Goddard تضم ثلاثين امرأة، التي تصدر الصحافة المعمره.

ظهرت أول صحيفة محلية عام 1686 في بوسطن وهي صحيفة ذي بابليك أوكونس وفي عام 1704، ظهرت صحيفة ذي بوسطن نيوز لترز Letters.

وفي عام 1728 ظهرت صحيفة بنسلفانيا جازيت، التي أصدرها بنيامين فرانكلين في فيلادلفيا وفي البداية كانت الصحف الأمريكية تنقل أكثر مادتها وأخبارها من الصحف الإنجليزية، لكنها بدأت تقلل من ذلك بعد حرب الاستقلال الأمريكية، وقد لعبت الصحافة الأمريكية دورا كبيرا في الدعوة إلى حرب الاستقلال الأمريكية عن إنجلترا عام 1776، وتمتعت الصحافة الأمريكية منذ بدايتها بحرية نسبية دعمها التعديل الدستوري الأول عام 1791.

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 87.

(2) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 88.

و ساعد إنشاء الخدمة البريدية، جمع الخطابات والصور في مكان معين، ونقلها بسرعة وانتظام إلى المرسل إليه و كان انتظام الخدمات البريدية سببا مبكرا في تطور الصحافة الإخبارية وسعة انتشارها كان مواعيد صدور الصحف تتفق مع مواعيد توزيع البريد ويلاحظ سبب انتشار الصحف الصادرة ثلاث مرات أسبوعيا هو أن الخدمات البريدية كانت توزع ثلاث مرات أسبوعيا.

لم يكن من الميسور إصدار الصحافة اليومية لولا تقدم الخدمات البريدية ومن الضيف أن معظم الصحف كانت تحمل اسم البريد، مثل البريد الطائر والبريد الأسبوعي والبريد المسائي والبريد الليلي وغيرها. فعلى الرغم من أن نشأة الخدمات البريدية كان نعمة على الصحافة الإخبارية، إلا أنه يعيب على ذلك أن المسؤولين في البريد كانوا يهتمون بالأخبار الخارجية ويتصرفون كما يشاءون وكان أصحاب الصحف يدفعون لمديري البريد اشتراكات سنوية نظيرا للحصول على ترجمة ملخصة للصحف الواردة من الخارج، كما أن بعض مسؤولي البريد يرتشون مقابل تفضيل بعض الصحف على غيرها، وإعطائها الأولوية في تسليم الأخبار، مما جعل جون والتر رئيس تحرير التايمز اللندنية على سبيل المثال يعين مراسلين لصحيفته في الخارج لكي تحبب مؤامرات رجال البريد غير أن رجال البريد كانوا يستولون على الرسائل الواردة من مراسلي التايمز ويطلعون على ما فيها كثيرا ما كانوا يعمدون إلى تأخير وصولها للجريدة.

و عندما كشفت صحيفة التايمز تلاعب رجال البريد، نشرتها عام 1807، رفع الأمر إلى القضاء وحكم على الصحيفة بغرامة مالية قدرها مائتا جنيه تعويضا واعتذارا للبريد ولما عاودت التايمز هجومها مرة أخرى بعد ثلاثة أسابيع وعرض الأمر على النائب العام أمر بخفض التحقيق وعدم تقديم الصحيفة للمحاكمة⁽¹⁾.

و في الولايات المتحدة الأمريكية كان إصدار الصحف مرتبطا بمدير البريد، فقد أصدر جون كامبل مدير البريد في بوسطن صحيفة بوسطن نيوز لترز كما أصدرت خلفه وليم بروكر صحيفة باسم بوسطن جازيت وتعاقب على إصدار تلك الصحيفة خمسة من مديري البريد على التوالي ابتداء من بروكر.

ولقد أدخلت المطبعة إلى الولايات المتحدة الأمريكية على يد توماس غرين وشهدت بوسطن عام 1704، صحيفة بوسطن نيوز لترز الأسبوعية، التي أسسها جون كامبل في ورقة واحدة من الحجم المتوسطو كان ذلك بداية لتطور جديد في صحافة المستعمرات، فبعد أن كانت الصحافة هواية، بدأت تدخل في طور الاحتراف وبعد أن كانت معظم الصحف المنتظمة الصدور شهرية شهدت بوسطن أول صحيفة أسبوعية منتظمة النشر في أمريكا كلها.

وقد لعبت صحافة بوسطن الدور الأول في تاريخ الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، وازدهر النشاط الصحفي فيها حتى قيام الثورة الأمريكية، إلى جانب ذلك ظهرت الصحافة في المستعمرات الوسطى والجنوبية،

(1) Joseph-R. Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 88.

وأسهمت الصحافة الأمريكية في دعم الثورة حتى تحقق الاستقلال وتمت الوحدة ورفع العلم الأمريكي في واشنطن عام 1776، هذا الحديث عن الصحافة الأمريكية في القرن الـ 18.

وتطورت الصحافة الأمريكية في القرن الـ 19 حتى أضحت تحصل على المعلومات قبل أن تحصل عليها الحكومات، حيث كانت جريدة جورنال أوف Journal of Commerce الأمريكية كانت تسبق الحكومة الأمريكية في معرفة الأنباء وتنقلها بين بوسطن ونيويورك، عبر مساحة تبلغ 227 ميلاو لأنها كانت تحتاج إلى عشرين ساعة في المواصلات.

و كانت المسافة وعقباتها أحد العوامل التي تؤثر على العمل الصحفي فأضطر الأمريكي د- أش كرانج في عام 1837، إلى تنظيم أسراب من الطيوس كان أكثر من 500 لنقل الرسائل بين مدن فيلادلفيا وواشنطن ونيويورك وبوسطن ومن الغرابة أنه أعد لها مهبطا فوق سطح من صحيفة نيويورك صن، ويذكرنا ذلك بالصحف الحديثة في أوربا وأمريكا التي يقام على أسطح مبانيها مهابط للطائرات العمودية التي يستخدمها مندوبو المستقبل في أعمالهم الصحفية كانت وكالات الأنباء في أول إنشائها تستخدم الحمام الزاجل لنقل أخبارها.

و بعد ظهور التليغراف عام 1837 على يد في بي مورس فكان بمثابة ثورة في عالم الاتصال غيرت وجه الفن الصحفي وجعلت تطور وكالات الأنباء حقيقة مؤكدة، ومالكي كبار الصحف تأكدوا أن خطورة التلغراف وأثره على نقل الأخبار بالتليغراف سوف يوقظ الجماهير كلها، ويجعلها أكثر اهتماما بالمسائل العامة، سوف يصبح للمفكرين، الفلاسفة والمثقفين جماهير أكثر عددا وأشد إثارة وأعمق فكرا من أي وقت مضى.

وبدأ العمل بالتلغراف في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1852 حتى بلغ طول الخطوط التليفونية في الولايات المتحدة الأمريكية 16735 ميلا، زادت إلى 50 ألف ميل عام 1860 ووصل إلى 110727 ميلا عام 1880 وفي عام 1858 ارتبطت أوربا بأمريكا عن طريق خط من الأسلاك الممتدة تحت مياه المحيط الأطلسي، غير أنه انقطع عند العمل بعد الرسالة رقم 269.

ومن الطرافة أن أول تجربة كانت برقية تهنئة من الملكة فيكتوريا إلى الرئيس الأمريكي يوكنان الذي لم يصدق الأمر وظن أنه خدعة حتى أثبت له ذلك أحد المخترعين.

كما ساهم اختراع الهاتف على يد ألكسندر غراهام بال سنة 1875 فكان له دفعة قوية للصحافة. وأضاف اختراع الراديو ثورة أخرى في مجال الاتصالات على يد ماركوبي ثم تلاه الهاتف اللاسلكي الذي بنيت له أول محطة قرب مدينة نيويورك ليلة عيد ميلاد سنة 1906، وبالرغم من الخلط الواقع بين الموسيقى والمغنيين والآلات الموسيقية.

وقد تطور الراديو بشكل كبير في الحرب الأولى عندما شارك ري فور ست الذي يستعمل برج إيفل لبشه وآخرون في تطوير الإذاعة الصوتية، وتحسينها منهم أمير موناكو الذي كان يبث إذاعته من يخته عام 1913، إلا أن هذه الإذاعات كانت طفيفة الالتقاط.

وعلى العموم، ساهمت الحرب العالمية الأولى في عدم تقدم الراديو لأن الدول سيطرت على محطات البث اللاسلكية، واقتصرت الأخبار العسكرية فقط.

ويرى المؤرخون في الصحافة، على أن العصر الذهبي للصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، هو القرن التاسع عشر، ففي عام 1850 كانت تباع النسخة الواحدة من صحيفة يومية لكل ثلاثين شخصا كما ظهرت الصحف الكبرى التي ركزت جهودها على الخبر، الذي يجبه الجماهير، ومن ثم المعلنين، فتحررت من رقابة الأحزاب و كانت تباع هذه الصحف على قارعة الطريق، لجمهور متعلم تعليما أوليا، فإن إخراجها أصبح أكثر جذبا للانتباه ويميل للبساطة، ففي عام 1833 أصدر بنيامين داي أول صحيفة يومية تباع بستتين بدلا سنت، هي نيويورك صن التي تخصصت في أخبار الحوادث المثيرة، وفي عام 1835 استطاع جيمس جوردن بيت وبميزانية قدرها 500 دولار فقط، أن يصدر صحيفة نيويورك هيرالد التي وصل توزيعها إلى 15 ألف نسخة بعد خمسة عشر يوما من صدورها إلى 140 ألف نسخة مع بداية الحرب الأهلية عام 1861 .

وأصدر إس إيل 1837، في مدينة بلتيمور صحيفة صاحبة هي The Sun⁽¹⁾ وبدأت جماهيرية ولكن بتطورها أصبحت صحيفة القراء الحيايين المثقفين وفي عام 1841 أصدر هوراس جريلبي صحيفة جادة و سطحية في وقت واحد هي التريون، التي حققت نفوذا في تاريخ الصحافة الأمريكية.

و صدر في 1850 العدد الأول من هاريز نيوما نتلي ماجزين، التي وصل توزيعها بعد إنشائها بقليل إلى 200 ألف نسخة وأنشأت مجلة هاريز الأسبوعية عام 1857، و كان لها تأثير كبير على الأحداث العامة وفي عام 1850 أسس هنري ريموند صحيفة نيويورك تايمز برأسمال قدره مائة ألف دولار وتميزت بمواضيعها وأخبارها الدقيقة ارتفع عدد الصحف في أمريكا من 235 صحيفة عام 1800 إلى 2350 صحيفة في منتصف القرن التاسع عشر.

كما ازدهرت الدوريات وارتفع عددها من 100 دورية عام 1825 إلى 600 عام 1850. وبعد انتهاء الحرب الأهلية عام 1865⁽²⁾ استعادت الصحافة الأمريكية، من التطورات الهائلة في المجالات التكنولوجية، و صدرت الدايلي جرافيك عام 1873، وبها أول صورة فوتوغرافية مطبوعة بالطريقة اللمساء، عقب ذلك أصدر المهاجر المجري جوزيف بوليتز صحيفة سانت لويس ديسانتس، عام 1879، ثم صحيفة نيويورك وورلد عام 1883 مستخدما أخبار الحوادث والعناوين الضخمة والصور إضافة إلى الخبر الدقيق والحملات العديدة ضد الفساد والرشوة وحطم كل الأرقام القياسية في التوزيع لتصل عام 1897 إلى مليون نسخة لكن ابتداء من عام 1901 تطور أسلوبها ليجتذب إليها جمهورا أرقى.

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 90.

(2) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 105.

وقام المليونير ويليام راندولف هيرست بإحياء صحيفة سان فرانسيسكو إجازيمز عام 1880، وأصدر عام 1896 صحيفة نيويورك جورنال ونجح في اجتذاب جماهير واسعة غير مثقفة تعشق قراءة القصص الفاضحة أو العاطفية وأخبار الفضائح والحملات الوهمية.

وأغرت الصحف المسائية - التي أصدرها إدوارد وليس سكريس مؤسس الكليفلاندريس، جماهير المدن الصناعية والمتوسطة، قلة قراءتها للأخبار، ودفاعها عن مصالح هذه الجماهير كان سكريس أول صاحب صحيفة يعطي الحرية الكاملة لمديرية شريطة أن يحققوا له أرباحاً وقد ترك عند وفاته خمسين مليون دولار وثلاث سلاسل من الصحف وأربع وكالات للأنباء من بينها وكالة اليونيتد برس.

وفي سنة 1889 صدرت صحيفة وول ستريت جورنال، في أربعة صفحات واهتمت بصفة خاصة بنشر أسعار الأسهم والأخبار الاقتصادية والرياضية واضطرت المجلات أمام المنافسة صحف، إلى أن تتحول هي الأخرى، إلى مجلات شعبية استفادت من التعريف البريدية المخفضة التي صدرت عام 1885 لتخفف أثمانها. وقد تضاعفت الصحف الأمريكية اليومية، والأسبوعية إلى أربع مرات ودخلت في مشروعات التجارة الكبرى، وأصبحت تحصل على مداخيل كبرى من الإشهار الذي يتطلب زيادة عدد النسخ المباع، إلى زيادة التوزيع وظهرت المنافسة الحقيقية التي تحولت إلى مجموعات احتكارية.

1-أنواع الصحافة من حيث توجهها:

أ.الصحافة السياسية.

المرحلة: 1790-1833:

إن تسييس الصحافة الأمريكية لم ينتهي عند انتصار أمريكا في الحرب ضد الاستعمار، حينما بدأت المعركة حول تشكيل الفيدراليات، انضم بعض المفكرين والسياسيين كأمثال James و Alexander Hamilton و Thomas Jefferson و Midson وانضمت الصحف إلى المعركة فمنهم من كان ضد الفيدرالية ومنهم من مع الفدرالية، فمثلا Hamilton ظل يدافع على الفدرالية و بانضمامه إلى جريدة Gazette Of United States التي أصبحت منبرا لأفكاره⁽¹⁾.

أما Thomas Jefferson شعر بالمنافسة وكانت يتزعم فكرة ضد الفيدرالية فأسس جريدة National Gazette سنة 1791، وهذا الصراع والمناظرة بين مؤيدي الفيدرالية، وضد الفيدرالية أصبح هو البنية الأساسية للدستور الأمريكي، وعلى هذا الأساس تضمن البند الأول في الدستور الأمريكي، حرية الصحافة والتعبير، كبند مقدس، بالرغم المعارضة التي تلقاها هذا البند من طرف صاحب فكرة الفيدرالية John Addames بأن لا حرية الصحافة التي تؤذي الحكومة وحاولت الحكومة أن تقلم أضرار الصحافة في هذه الفترة بصياغة قانون سمي "بعقد التحريض" Sedition act. هذا العقد يعتبر جريمة كل من كتب أي شيء ضد

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P 100.

الحكومة الأمريكية أو الكونغرس ويعتبر اعتداء ومساس لهيبة الدولة والرأي العام، إذا ارتكب أي شيء حول الفضيحة أو الاعتداءات داخل الحكومة الأمريكية، ولكن هذا القانون وضعت عليه ملاحظة بأنه ساري المفعول إلى غاية 1801 أي منذ 1790 إلى 1801. حيث نامت الصحافة الأمريكية مع بداية النشأة للولايات المتحدة الأمريكية خلال العشرين سنة الأولى من القرن الجديد وبدأت الصحف اليومية سنة 1783 وبدأت تنمو تدريجياً. ففي سنة 1800 كان على الأقل جريدة يومية واحدة في كل مدينة أمريكية، خاصة المدن الكبيرة، وفي مطلع 1820 كان هناك أربعة وعشرين يومية وستة وستون نصف أسبوعية ثم تلتها أربعة مائة واثنين وعشرين (422) صحيفة أسبوعية.

وهذه الجرائد كانت تقرأ من طرف الطبقات الاجتماعية المرموقة، وبعد هذه الفترة ظهرت فكرة الاستهلاك لدى المجتمع الأمريكي، وظهرت الاشتراكات في الصحف الأمريكية حوالي 10 دولارات للسنة أو ستة سانت؛ ومقارنة بالسنوات الماضية فإن خمسة سانس تشري قارورة مشروب الوسكي. وكان محتوى الصحف في هذه الفترة يدور حول أخبار التجارة والأعمال، ودور السلطة التشريعية ونشاطاتها والرسائل الرسمية.

وكانت السياسية هي العامل الأول المهيمن في محتوى الصحافة الأمريكية في هذه الفترة. وكانت الصحف James Gordon Beneet⁽¹⁾ هي الصحيفة الوحيدة لتغطية الأحداث السياسية ومراسلة صحيفة New York وبعد صدرت صحيفة Anne Royall كأول صحيفة سياسية التي أصدرت صحيفتين في واشنطن ما بين 1831 و1854 وكانت تدافع عن حرية الصحافة والتعبير، وضد الفساد والرشوة، وخلال هذه الفترة ظهرت عدة صحف استجابة للندرة والدفاع عن مصالح الأقليات ومنها صحيفة Freedoms Journal وهي أول صحيفة من الصحف السوداء الأربعين التي أصدرت قبل 1860 والتي صدرت في نهاية 1820 من طرف Reverend Somuel Comish وJohn Russum وهي تكتب وتحرر من طرف السود ولقيت رواجاً لأنها كانت تعالج مشاكلهم اليومية بجد كالعبودية وغيرها.

وفي نفس الوقت ظهرت أقليات أخرى، كالهنود، وأصدروا جريدة تحت عنوان Cherokee Phoenix وتكتب بالشيروكية والإنجليزية.

وذلك عام 1828 وعندما هجر الشيروكين من مدينتهم جورجيا إلى أكلهما، أصدروا جريدة جديدة أسموها Cherokee Advocate واستمرت في الصدور إلى غاية سنة 1906.

ب. الصحافة الجماهيرية:

هناك عدة عوامل كانت السبب وراء الظهور للصحافة الجماهيرية:

(1) hamilton, jhon, and George Krinsky, Hold the press: The inside strayon news papers. Boton Rouge la cousiana state university press 1997 P115.

- التطور الهائل للمطابع التي تطبع عدد أكبر وأسرع وأرخص.

- ارتفاع عدد المقروئية لدى القراء بسبب التعلم والوعي.

- العدد الهائل من الجماهير يتقون إلى معرفة الكثير حول الحاضر.

ففي سنة 1830 قامت مؤسسة الولايات المتحدة "R و HOE" ببناء شركة ضخمة تصل قوتها إلى إنتاج 4.000 نسخة في الساعة⁽¹⁾.

وهذا الرقم الهائل لإنتاج النسخ، جعل الطباعة أقل ثمنا في توصيل الصحف لكل فرد في الولايات المتحدة، وكذا ارتفاع ونمو القراءة والكتابة في أوساط الجماهير الأمريكية، وذلك عن طريق تعميم المدارس في كل مكان من الولايات المتحدة الأمريكية، خاصة في فترة 1830.

وأما العنصر الثالث وهو ظهور ما يعرف بعصر "Jocksonian" وفي هذا العصر أول مرة يستطيع الناس العاديين بالحق في الانتخابات السياسية؛ ونامت الطبقة الوسطى في المدن، وظهور الاقتراع للناس العاديين ودمقرطة التجارة والأعمال مما ساهم في تطور هذا النوع من الصحافة.

ج. صحافة البيني⁽²⁾:

ونعني بصحافة البيني أي السانس بحيث مائة سانس تساوي دولارا واحدا، وسميت بصحافة البيني لأنها كانت تباع بيبي واحد.

لما كان عمر بن فرانكلين 22 سنة أصدر أول صحيفة New Yorksun في سنة 1833 أصدر جريدة بواحد بيبي، في المقابل كانت الجرائد اليومية في بعض الولايات تباع بستة سنتات للنسخة الواحدة، وكان محتوى هذه الجرائد هو الأحداث الجارية والجنس والعنف ومصالح الناس، الانتحار، الجرائم معلومات حول تصدير السلع، وغيرها، ولم تمض إلا ستة أشهر على هذه الصحيفة حتى وصل طبعها إلى 8.000 نسخة فأغلقت ألعاب القمار وانطلقت صحافة البيني.

وفي سنة 1835 أصدرت James Gordon Bernet صحيفة New York Herald وكانت أسرع من News Yoek Sun وأكثر نجاحا، وهذا طبعا يعود لذكاء صاحب المؤسسة James وكانت يركز على أخبار الجريمة، ومؤسسات التمويل والرياضة وافتتاحية جريئة، وكان يعتمد في افتتاحيته على إصلاح العقل، والمجتمع وبناء الحضارة الأمريكية ويقول في بعض الافتتاحيات "أننا نذهب إلى إصلاحات عامة في مستوى الأخلاق.. أقصد بذلك البدء في معركة جديدة للتطور الحضاري.. ابتعد عن طريقي؛ فأنتم رؤساء التحرير ثرثارين؛ وسياسيين ثرثارين"

ويقول كذلك "إذا كان شكسبير هو عبقرى الدراما، فأنا سكون عبقرى الصحافة اليومية."⁽³⁾

(1) Hamilton, John and George Krismisky: IBID P 120.

(2) www.geocities.com

(3) Joseph R.Dominick: The Dynamics of mass communication OP-at P90

وظهر كذلك إعلامي آخر وهو Horace Greeky بصحيفة New York Tribune في سنة 1841 وحققت جريدته الأسبوعية نجاحا باهرا، وعارض في جريدته منع القمار، والمعاقبة على الكحول، والتدخين، وكان يدافع على حقوق المرأة، وظّف الصحفية Margaret Fuller كناقدة أدبية في سنة 1845. وعرفت صحافة البيني انطلاقة فعلية سنة 1851، عندما انطلقت جريدة News York Times من طرف Henry Raymond، وكان يريد لجريدته أن تخص بالإعجاب أكثر في Sun و herald¹ سمّت أهداف لجريدته لا بد للوصول إليها، كما وظفت مراسلين للأخبار الأجنبية في سنة 1859 ووصل الطبع في التايمز إلى 40.000 أو أكثر من فترة الحرب الأهلية، وكل هذه صحافة البيني، عندما حققت نجاحا كبيرا تضاعفت أسعارها.

خصائص صحافة البيني:

إن صحافة البيني قطعت شوطا كبيرا لأنها، بأسعارها الرخيصة استطاعت أن تصل إلى كل الناس وبالتالي زادت الإعلانات فيها، لأنها أسالت لعاب التجار والمعلنين بزيادة عدد طبعها وصحافتها، وزيادة إلى ذلك يتبعها عن طريق الاشتراك الذي كان سائدا، واستفادتها من قانون البريد الذي يسهل للجريدة من الوصول إلى المشتركين، وكذلك بالبيع في الشارع وأرصفت الطرقات والتجوال، فالبائع يشتري مائة نسخة ب67 سانس ويبيع كل نسخة بسانس واحد، لكن يحصل على الفائدة وأصبحت تسمى الصحافة الأطفال، لأنها تباع عند كل ركن وزاوية من طرف الأطفال، حتى فتحت أسواق الأماكن كما تسمى حاليا Markets Place. كما أصبحت صحافة التي توظف عدد كثير من الصحافيين وتوزعهم خارجا حتى يحصلوا على الأخبار، وكذلك توظيف الأجناب كمراسلين أمثال كارل ماركس الذي اشتغل كمراسل جريدة Tribune وتوقف عندما لم يدفع له Geeley كثيرا؛ وتغيرت الصحافة من الاهتمام بقضايا النخبة التجارية إلى الحياة الاجتماعية من الطبقة الوسطى، وهنا أصبحت للصحافة قيمة، وزادت في تدعيم الصحافة حرب المكسيك 1846؛ ودعمها التلغراف النقل السريع لظهور المراسلات، في السرعة والتبليغ حول ما يحدث من صراعات.

د.الصحافة الصفراء:

في سنة 1895 اشترى Hearst^(*) صحيفة New York Journal الذي كان يملك San Francisco Examiner⁽¹⁾ وذهب كل من Hearst و Pulitzer إلى إصدار جرائد، تتحدث عن العلاقات الجنسية؛ الجرائم والمراهقة، وكل فوائد ومصالح الناس، وأصبحت تسمى هذه الصحف بالصحافة الصفراء، وتزامنت هذه المعركة بين الرجلين مع حرب المكسيك سنة 1898؛ ويتفق كل المؤرخين بأن الصحافة لعبت دورا مهما في تشكيل الرأي العام في هذه الفترة وفي هذه الفترة وظفت جريدة JOURNALE أجر قدره 50.000 لإلقاء

(*) William Randolph: يعتبر من الناجحين الكبار الذين أسسوا الصحافة الصفراء Hearst في الولايات المتحدة الأمريكية في القرن الثامن عشر، عندما أسس New York Journal و San Francisco Examiner.

(1) Hamilton, John, and George Krimsky, OP-at P135.

القبض على مفسدي الحفلات في ذلك الوقت، قفزت الصحافة إلى مليون مرة، وعند نهاية الحرب الأهلية في أفريل كانت هذه الصحف هي الأولى لإعلان النهاية؛ وأتت الصحافة الصفراء بطرق جديدة للصحافة الأمريكية، وذلك بالجرأة الخارقة وساهمت في ظهور عدة كتاب في هذه الفترة كـ Frank Norris و Dorothy Dix كما أتت بطرق جديدة في التصميم والشكل والمضمون وساعد على ذلك الصورة بالألوان، وهي تعبير عن الصحافة العصرية لأمريكا.

ه. الصحافة المتحضرة (الحديثة) (1):

خلال العشرية الأخيرة تنامت الصحافة في كثير من الميادين أهمها الاقتصاد والتكنولوجيا وأصبحت تسمى .Underground Press.

في حين تلاشت بعض الصحف وتبخرت، فمثلا صحيفتا the village voice و rollingstone أصبحتا من هذه الصحافة الجديدة وأكثر قوة.

وتمتعت هذه الصحافة خلال السبعينات، فمثلا الصحفيان Bob Wood Ward و Carl Berristein في جريدة الواشنطن بوست عملا على عرض فضيحة "ووتر جايت" مما تسبب في استقالة الرئيس نكسون Nixon.

و خلال التسعينات إنعكست الأمور وظهر ما يعرف بالصحافة العمومية، وهي أن على الصحافة أن تعمل كثيرا وأكثر مما هي عليه ليس فقط في الأخبار، وإنما تحاول أن تقدم حلولاً أو تساعد على الأقل في مساعدة الجميع في إيجاد حلول لمشاكلهم اليومية، والمساعدة وتشجيع الحياة العامة، ولعل هذا الطرح يساعد ويرجع الصحفيين إلى الوراء ليؤسسوا معتقداتهم ومبادئهم (2).

فخلال السنوات 1980 إلى 1990 عرفت الصحافة تدفقا نهريا ووصلت إلى ذروتها في أعمالها التجارية، و انتعشت اقتصاديا وتنامت ثروتها، وتقلصت في التسعينات مع انهيار الاقتصاد مما أدى إلى إحلال بعض الصحف، و اضمحلالها في السوق.

وأول ضربة موجعة للصحافة الأمريكية تعرضت لها الصحافة في هذه الفترة هي ظهور جريدة Usa Today التي تميزت بـ:

- 1- الألوان والرسومات الغرافية.
- 2- قصر المقال والقصص و سهولة قراءة القصص.
- 3- كثرة البيانات والجداول التي تغنيك عن القراءة.
- 4- تغير في التصميم والكتابة التي تسهل الجريدة للقراءة.

(1) Joseph R. Dominick: The Dynamics of mass communication OP-at P 97.

(2) Emery, Michael, and Edwin Emery with nancy Roberts, Yhe Press and Amica Boston Allyn and Bocon 1996,P89.

أدخلت الصحف على نفسها تغييرات في المحتوى لمعالجة قضايا اللاتينيين في أمريكا كذا الأسويين. ولعل أكبر انتقال عرفته الصحافة في هذه الفترة هو انتقال الصحف إلى عصر الرقمنة الحاصل في التقدم التكنولوجي، وأصبحت الصحف على الخط online، ففي سنة 1998 أصبحت أكثر من 800 موقع إلكتروني ممول من طرف الصحف، انطلاقا من الصحف المعروفة كـ The Wall Street Journal و New York Times و Washington Poste، وهذا زاد في مقروئية الجرائد وازدياد عدد المتصفحين وزوار الموقع لأن الأحداث المتتالية والبارزة أسالت لعاب القراء، ولذلك يبحث القراء عن الأخبار الساخنة والآنية. و لكن ليس هناك فوائد للجرائد على الأنترنت.

و.صحافة الأقليات⁽¹⁾ :

ونعني بها الصحافة التي تصدرها الجاليات أو الأقليات، أي الموجهة إلى تقديم خدمة معينة إلى فئة من المجتمع، كالصحافة الأفرو-أمريكية .

وهي صحافة ضاربة في التاريخ الأمريكي، حيث تعود إلى 1827، وكانت في بداية شأنها تهدف إلى محاربة ومعارضة التمييز العنصري الذي كان سائدا في أمريكا، كما تساعد السود على المساواة في الحصول على الحقوق والمساواة.

ووصل عدد الصحف الأفرو-أمريكية إلى 275 جريدة في سنة 1960، في مجموع استنساخ يصل إلى أربعة ملايين نسخة .

ومنذ هذه الفترة عرفت الصحافة الأفرو-أمريكية نزولا في كلتا الجانبين العدد والطبع.

ففي سنة 1996 كان عدد الصحف 232 صحيفة، موزعة على 34 ولاية من 50 ولاية، والبعض منهم كان يعرف راحة مالية؛ و الأخرى تعاني من نقص الأموال.

ولكن المشكل العويص الذي واجه الصحافة الأفرو-أمريكية، هو سيطرت المالكين البيض للصحف القوية، والذي جذب الإشهار والمعلنين، بدلا من الصحافة الأفروأمريكية، لأنّ المعلن يضع إعلانه في الصحف ذات الأكثر إنشारा وعدد النسخ .

كما واجهت الصحافة الأفرو-أمريكية انتقادا من أبناء صلبها (السود) لأنهم كانوا ينظرون إليها بأنها محافظة، فعملت على تغيير إستراتيجيتها وذلك في تغيير الافتتاحية والخط السياسي لكن لم يجد نفعاً ووصل العدد في السحب إلى مليوني نسخة خلال التسعينات أي هبوط بـ 50% مما كانت عليه.

ولم تسلم الصحافة "السوداء" صحافة السود إلى الأمر الواقع، بل راحت تعمل على تغيير الألوان أي بدأت تطبع بالألوان وغيرت المحتوى، كالصحة، والتعليم، والاقتصاد، وكذلك التغيير في الرسومات.

(1) Joseph R.Dominick: The Dynamics of mass communication OP-at P 104.

إنّ الحديث عن صحافة الأقليات، يجرنا إلى الحديث عن الصحافة الناطقة بالإسبانية، وليس صحافة السود فقط، فالصحافة الناطقة بالإسبانية تعود إلى 1835، أي أكثر من 170 سنة منذ نشأتها. ونامت بشكل رهيب، متضمنة ما يقارب 100 مجلة ودوريات وكذا 17 يومية و195 أسبوعية. ومن أكبر ه الصحف هي الصحيفة التي ظهرت في مدينة نيويورك وتسمى: El Diaro-La Prensa، وصل عدد النسخ فيها إلى 69000 نسخة. وهناك الكثير من الصحف الأمريكية الناطقة بالإنجليزية، بدأت نعطي اهتمام للقراء باللغة الإسبانية، ومنها:

The Miami Herald و Arizona Republic، Chicago Sun Times

و san jose merury News، هذه الصحف ترجمت إلى اللغة الإسبانية مراعاة لنسبة الجالية الناطقة باللغة الإسبانية.

كأنّ هناك نوع آخر من الصحافة التي تسمّى صحافة المعاهد والكليات، فمثلا في سنة 1996 كان هناك حوالي 1500 جريدة معهد وكليات، وبلغ عدد الطبع فيها أكثر من ستة ملايين نسخة. وتوفر هذه الجرائد مناصب شغل للطلبة وغير الطلبة، ومن أهم هذه الصحف جريدة جامعة منسوتا وتسمى Minnesota Daily⁽¹⁾ وجامعة ميشيغان الحكومية، تسمّى State News، وصل عدد النسخ فيها إلى 30.000 نسخة، واستطاعت هذه الصحف أن تجذب عدد كبير من القراء، خاصة الطلبة حوالي 96% يقرؤون هذه الصحف داخل الحرم الجامعي.

2- أنواع صحافة من حيث طريقة الصدور:

أ. صحافة على الخط " On Line " :

إنّ المبدأ الأساسي التي تقوم بها الجرائد عبر العالم، هي جمع المعلومات وتقييمها ثم تقديمها إلى القراء. لكن في شكل متطور جدا، وأسرع عن طريق الانترنت.

وكما أنّ هناك ميزة أساسية تميز الصحافة الرقمية على الصحافة المطبوعة، وهي أن الصحافة المطبوعة تنفذ من السوق أو عند بائعي الجرائد في نهاية اليوم، إما عن طريق البيع أو ترجع إلى الجريدة الأم، لكن الصحافة الرقمية متوفرة على الخط في أي لحظة، كما أن الصحافة المطبوعة سحبها محدود، والرقمية غير محدود، وتتميز كذلك الصحافة الإلكترونية، بالتفاعلية، يمكن للقارئ، قراءة المقال والتعليق عليه، بالإيميل، وهذا يسهل ويعبد الطريق بين المصادر الأخبار ومنتجي الأخبار، وكذا المتلقين عن طريق عملية رجوع الصدى.

وزاد عدد الصحف على الخط بشكل رهيب حيث قفز من جريدة 200 سنة 1995 إلى 800 مع سنة 1998، وعند تصفحك لموقع الجريدة، تطلع أولا على الخبر الرئيسي، ثم الأخبار المفيدة للقارئ، كبيع السكنات

(1) www.naa.org

موقع يهتم بتقييم الصحافة الأمريكية.

والعقار، وغيرها ولكن السؤال المطروح من حيث الطريقة البراغمية، وهو كيف تحصل هاته الجرائد على فوائد عبر الإنترنت⁽¹⁾؟

لعل هذا أصعب أمر يجير الناشرين على الخط، من ضعف الفوائد إلا إن هناك بعض الجرائد بدأت تأخذ مبلغ ضئيل من قرائها حتى يتم لك فتح كل الملفات أو الملف الكامل، مقابل الدفع ببطاقات الائتمان أو الاشتراك عبر الإنترنت، كجريدة The Wall Street Journal، ومثلا وصلت عائدات الإعلان في سنة 1996، 150 مليون دولار من الإعلان، مثل 10% من الإعلان على الصحافة الرقمية، وهذه النسبة جاءت من الجرائد ذات المواقع الكبيرة كالتايمز Times, Usa Today, The Wall Street Journal .

ب. الصحف الأسبوعية:

إن عدد الصحف الأسبوعية في الولايات المتحدة الأمريكية بقي مستقرا خلال العشرين سنة الأخيرة حيث تقدر عدد الأسبوعيات ب 7500 أسبوعية خلال هذه الفترة السالفة الذكر أي التسعينات . كما عرفت هذه الفترة تضاعف في عدد السحب من تسعة وعشرين 29 مليون نسخة في سنة 1970 إلى أكثر من 65 مليون سنة 1996 بالرغم من ارتفاع تكاليف الطبع والتوزيع .

وما يعرف على الصحف الأسبوعية أنها تصدر في المناطق الشبه حضرية، أو جهوية، حيث ظهرت ثلاث أسبوعيات مع منتصف التسعينات.

إلى حد الساعة هناك اتفاق على أن للصحافة نسختين واحدة مطبوعة والأخرى الكترونية، وتنقسم كذلك في طبعة الصدور أي اليوميات والأسبوعيات، وحجم الأسواق والتوسع، وطبيعة تخصصها والجهة الموجهة إليها الجريدة.

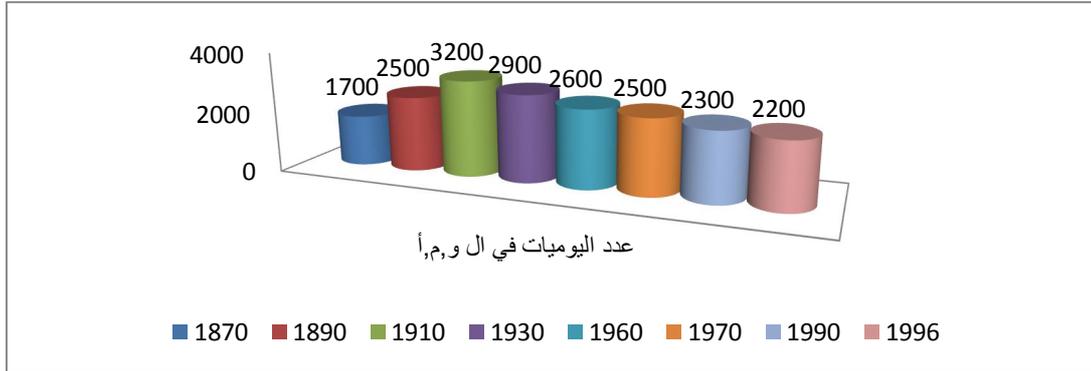
ج.اليوميات:

تطلق اليومية على الجريدة التي تطل على القراء على الأقل خمسة أيام في الأسبوع، ففي سنة 1996 كان هناك حوالي 1556 يومية، أي بتدني يقدر بـ 7% عن سنة 1988، وما يربو عن 7900 جريدة أسبوعية، ويقاس مدى قوة الجريدة في السحب، أي عدد النسخ المطبوعة في اليوم.

ووصل عدد السحب إلى أقصاه في الجرائد الأمريكية، حيث وصل إلى 60 مليون نسخة، ثم تغير خاصة ما بين سنة 1965 إلى 1996، في نفس الوقت الذي صعّدت فيه نسبة السكان في الولايات المتحدة الأمريكية. حتى البيع أو إيصال الجرائد إلى المنازل قد انخفض عن مستواه المعتاد، فمثلا سنة 1960 كان عدد الجرائد التي تباع في السوق يقدر بـ 111 جريدة لكل 100 منزل، وفي سنة 1996 كان هناك 60 صحيفة مقابل 100 سكن، ولكن هذا التغير لم يصيب كل الجرائد. ولكن نحن نقيس هذا لدراسة الظاهرة ككل.

(1) www.naa.org

الشكل يبين التطور التاريخي للصحافة المكتوبة في و.م.أ.



3- أنواع الصحافة من حيث مكان الصدور:

أ. الجرائد الوطنية⁽¹⁾:

هناك حفنة من الجرائد الأمريكية التي تصنف ضمن هذا الإطار، الجرائد الوطنية، وهذه الجرائد لا تعرف باسم المدينة أو الولاية، وإنما عبر تراب الولايات المتحدة الأمريكية، وهذه الجرائد تعتمد على تقنية عالية في الطبع والتوزيع، وهي تستعمل الأقمار الصناعية في نقل الصور والأخبار في الولاية المهمة ثم يتم التوزيع العادي إلى الولايات المجاورة والمدن .

ومن أهم الجرائد الجديدة التي ضمت إلى هذا التصنيف هي جريدة "Usa Today" التابعة لشركة The Gannett Publichir، والتي بدأت في الصدور سنة 1982، بسحب يقدر بـ 1.6 مليون نسخة، وهي تشمل الألوان والرسومات البيانية (غرافيك) وتركز على الرياضة والأحوال الجوية.

كما أن هناك جرائد وطنية أخرى وهي New York Times، Christian، The Wall Steet journal، science minatory.

ب. يوميات العواصم:

هناك صعود في الجرائد التي تصدر في العاصمة حيث قفز العدد من سنة 1960 إلى 1996 بـ 30%، وقفز السحب إلى 40%، وفي السنوات الأخيرة احتلت عدة جرائد كبرى في مدن عريقة، كمثال:

The Houston Post, The St Luis Globe Democrat, The Paltimor News American, The Spokane Chronicle, The Baltimore Evening Sun, The Dallas Times-Herald, The Memphis Press-Scimitar,

وأخرى. فلماذا اختفاء هذه الصحف من هذه المدن الكبرى؟

هناك عدة عوامل وراء ذلك، أهمها ارتفاع في عدد المهاجرين من المدن المكتظة إلى المدن الصغيرة والحديثة النشأة وكذلك العبور القومي للسكان أي مستقرين أو الترحال وغيرها.

وأخيرا صعوبة التوزيع أحيانا، وكذا المنافسة الشرسة من بعض الوسائل الإعلام الأخرى، كالتلفزيون.

(1) Joseph R. Dominick: The Dynamics of mass communication OP-at P 99.

ج. يوميات الضواحي⁽¹⁾:

ونعني بالضواحي المنطقة التي يقطن فيها ما بين 100000 إلى 500000 ساكن. تصلهم الجرائد إلى المنازل بنسبة تقدر ب 12% وما يقدر ب 40% من السحب، وتتركز هذه الجرائد في المدن الكبرى والتي تعرف نموا حادا، وعرف السحب بما يقدر ثلث نمو سنة 1987 إلى غاية 1996، والسبب الرئيسي وراء هذا التطور هو تنامي المراكز التجارية في هذه الضواحي، والذي سال لعاب تجار المدن الكبرى. ومن هذه الجرائد مثال على ذلك جريدة News day التي كانت تهدف إلى سكان long island. ففي سنة 1997، وصل طبع News day إلى 560000، لهذا وصلت إلى المرتبة الثامنة من أكبر وأوسع الجرائد في البلد⁽²⁾.

كما هناك بعض الجرائد الكبرى بدأت تصدر جرائد الميتروا، مثال جريدة Las anglas التي تصدر الآن ثلاث جرائد جهوية.

د. يوميات المدن الصغيرة :

هذا النوع من الجرائد، مثلا وصل إلى عدد لا بأس به في الطبع مثلا من سنة 1979 إلى 1996 وصل إلى 100000 بنسبة 19%، مدن أقل من 25000 ساكن، نعرف نوعا ما قفزة محتشمة في الطبع إي عدد النسخ.

4- الجرائد العملاقة:

أ. New york Times⁽³⁾

تأسست هذه الجريدة عام 1851 وكان صدور أول عدد 18 سبتمبر 1851 باسم New York Daily Times، من طرف هنري جارفيس ريموند Henry Jarvis Raymond وجورج جونز George Jones، وكانت تصدر في أربعة صفحات وكانت حكايتها تقع في دور علوي لا نوافذ له، وتعتمد في الشموع للإضاءة، بمقرها الرئيسي نيويورك سيتي New York city.

وفي سنة 1871 أجرت الجريدة تحقيقات، صارت علامة مميزة في تاريخ الصحافة الأمريكية، حيث توصلت من خلالها إلى كشف عن ممارسات مالية فاسدة، لمجموعة من السياسيين، بقيادة وليام مارسي تويد William Marcy Tweed، وتوصلت الجريدة إلى كيف عمرت هذه المجموعة من خلال مواقعها إلى تحقيق ثراء عريض باختلاس بلايين الدولارات من العقود الحكومية للأعمال في مدينة نيويورك، واستطاع مراسل الجريدة أن يغطي هذا الفساد، وتمكنت الجريدة من تغطية كل الفضائح بالرغم من التهديد بقطع الإعلانات، التهديد بالعنف والرشوة في حقها، وفي النهاية أسهمت الجريدة، عبر حملتها في إنهاء الدور السياسي لمجموعة تويد في المدينة، فأكسبها ذلك نجاحا وجاذبية بين القراء.

(1) www.usatoday.com

(2) www.naa.org

(3) www.almaquatel.org le 20/10/2008.

وواصلت الجريدة آرائها المتميزة في العقد التالي، غير أن قدرتها المالية بدأت تصعب وتدهور في نهاية القرن، ومن ثم عرضت للبيع فاشتراها أدولف أوش Adolphes Oche، جد رئيس الشركة الحالي والناشر للجريدة عام 1896، بقصد الارتقاء بها إلى أعلى قمة بين صحف مدينة نيويورك، وفي العام نفسه صدرت مجلة صنداى Sunday Magazin التي استخدمت الألوان بانتظام منذ 2 أبريل 1933.

أدخل أدولف أوش تسميات جديدة على الجريدة، بصفته ناشراً لها وشملت ملامح التطوير، مراجعة الكتب Book Review، مجلة نيويورك تايمز The New York Times.

وزاد عدد المحررين والمراسلين، واستمرت عائدات التاييمز في عدد مكاتب الأخبار، ما مكنتها من توسيع تغطيتها وتوفير أخبار متنوعة لقراءها⁽¹⁾.

وحين توفي أدولف Adolph Oche عام 1935 إنرك إرثاً مهنيّاً تمثل في مبادئ العمل، التي وضعها ومازال الصحفيون والمراسلون يقتدون بها. منذ ذلك الوقت، فقد أرسى مبدأ استقلال الجريدة وكان يقول إنها يجب أن تكون مستقلة، وتدار من غير خوف، وأن تعمل للصالح العام، دون اعتبار للطموحات أو المصالح الفردية، أو الدعاوي السياسية والحزبية، أو التمييز الشخصي، وكان يأمل دائماً أن تستمر صفحات جريدته عاكسة لأفكار الدولة، وأن تتسم صفحاتها بالأمانة

وأن تكون عادلة في عرضها لمختلف الأفكار، وأن تسير الأعمدة في عرض كل الأخبار اليومية الصالحة للنشر دون مراعاة لصديق أو حميم وأن تقدمها دون تحيز، أو محاباة لتعكس كل ظلال الآراء كما دعا إلى الالتزام بأخلاقيات العمل، ووجه كل الأقسام تجارية باستمرار في العمل وفق أعلى مستويات أخلاقية، وأن يعامل كل الأفراد المرتبطين بأي نوع من إدارات هيئة النيويورك تاييمز بصورة كريمة وعادلة.

وبوفاة أدولف أوش أصبح صهره (زوج التية) أوترهيز سلزبرجر Ailhur Hayus Sulzberga نشر⁽¹⁾ للتاييمز، فقادها إلى مزيد من التطور والانتشار فصارت من الصحف المؤثرة في العالم، وشهد أثر تغطية الجريدة لفترة الكساد الكبرى The Great Depression، والحرب العالمية الثانية World War II⁽²⁾، والحرب الكورية Korean war، بجانب بعض التطورات والأحداث التي وقعت في منتصف القرن العشرين وأدت هذه الأحداث الكبرى، إلى أن تتوسع الجريدة في تغطيتها لموضوعات أكثر تخصصاً وعولت على عرض الأخبار اليومية، التي يتولى المراسلون والصحفيون تحليلها وتفسيرها وشرحها بصورة ليس فقط من أجل الإعلام بما حدث، ولكن لمعرفة كيف حلّوا مشاكلهم؟ وما أهمية؟ ونظرت لهذه السياسة زاد التوزيع اليومي للصحيفة إلى 40% وتضاعف يوم الأحد، أي عطلة نهاية الأسبوع.

وحين تقاعد سيلزبرجر عام 1961 خلفه صهره أرفيل داريفوس Ovil E. Dryfoos فتمكن من إجراء تغطيات مكثفة لحركة الحقوق المدنية، غير أن توفى فجأة، عام 1961 فتولى قيادة الجريدة بعده، آرتر أوش

(1) www.elmoquatel.org

(2) www.wikipedia.com

سلزبرجر Arthur ochs Sulzberger وخلال العقود الثلاثة التالية (29 عاما) قاد الجريدة سيلزبرجر حفيد أدولف أوش وابن رترهيز سلزبرجر فاتسمت سنوات قيادته لها بالتحدي والصعوبة.

ركزت التايمز، تحت قيادة آرتر أوش سلزبرجر، في تخصصات الصحفيين في مختلف المجالات، اقتصاد، بيئة، وطب، وقانون، ولكي يسهل النظر في الجريدة وتزداد جاذبيتها، أعيد تسميتها لتشمل أربعة أقسام وهي: الرياضة، والعلوم، وشؤون المنزل، والإجازات ومع الطفرة التقنية انتظم العمل وفق هذا التطور وأصبح إنتاج الجريدة آليا، وأدت هذه التغيرات إلى ارتفاع غير متوقع في توزيعها ومساحتها الإعلانية.

وفي 01 يناير 1992 خلف آرتر سلزبرجر والده ناشرًا للجريدة، بعد أن عمل أربع سنوات نائبا للناشر، وقد ساعد في التخطيط للطباعة الملونة وتأسيس مراكز للتوزيع في إديسون Edison في ولاية نيوجرسي New Jersey، وكليج بوينت كوينز College piont Quens، كما ساعد كذلك في إعادة تصميم صفحات الرياضة وفي زيادة التنوع القوى العاملة وتغطية الأخبار.

بدأت التايمز في عام 1967، تمنح أسهما للجمهور، بعد عشرات من عقود الملكية الفردية، صحبها ظهور عديد من الملكيات والتوسعات، إلى أن أصبحت الآن شركة نيويورك تايمز The New York Times Company⁽¹⁾ واتخذت لها رمزا في سوق تبادل الأسهم وهو NVT.

وفي عام 1996، احتفلت تايمز بالذكرى المئوية لشراء الجريدة وبحدث مهم آخر هو إكمال عقد كامل على برنامج تطوير رأس المال وتركيب مطبعة ذات تقنيات عالية في كولج بوينت كوينز College ponit Quens⁽²⁾.

ومثل منتصف شهر يونيو 1997، آخر عقد بمقر جريدة نيويورك تايمز NVT في شارع 43 غرب، وبدأ التشغيل الكامل في العام نفسه لمطابع آنيشوت وكولج بوينت في مواقع الطباعة الشمالية الشرقية، بالقرب من بوسطن Boston وواشنطن Washington، أعيد بناء غرفة الأخبار في غرب شارع 43، وبذلك تكون الجريدة قد أعدت لجيل جديد من القراء والمعلنين، وفي سبتمبر 1997، أدخلت الجريدة الألوان وبدأ إحداث قسم خاص بالرياضة اليه، إضافة إلى أخبار الفنون يوميًا، وكلاهما يصدران بالألوان كما خصصت أجزاء للعلوم، وأخبار المنزل والأسرة، وبدأ إصدار الأعداد الأسبوعية بالألوان.

وفي أكتوبر 1997، استخدمت الألوان في الصفحة الأولى وفي اليوم نفسه انتخب آرتر أوش سلزبرجر Arthur Sulzberger كـ "أفخر" وأبقى قي مجلس الإدارة، وأعلنت شركة نيويورك تايمز في 19 أبريل 2000، أن جريدة نيويورك تايمز اليومية أصدرت أكبر جريدة يومية في تاريخها من 174 صفحة منها، 113 صفحة تقريبا للإعلانات، وتتعامل مع 306 من المعلنين، يمثلون 36 فئة، تعمل في مجالات الفنون الجميلة وإنتاج السيارات، والخدمات المالية والعناية الصحية والنقل والتجارة، والمعارض وغيرها، إضافة إلى أعمال النشر، وفي عام

(1) www.newyorktimes.com

(2) Joseph R.Dominick: The Dynamics of mass communication OP-at P 155.

1999 بلغ إيرادها 3,1 بلايين دولار، والشركة تصدر نيويورك تايمز وبوسطن The Boston Glob و22 جريدة أخرى، وثلاث مجلات و09 شبكات محطات تلفزيونية، ومحطتي إذاعة في مدينة نيويورك وتقدم إضافة إلى ذلك، خدمات الرسم البياني والتصوير ولها قسم تحت مسمى The New York Times Digital ويتولى تشغيل الممتلكات الداخلية مثل نيويورك تايمز كوم، بوسطن كوم وغيرها، لها أيضا أسهم في أحد مصانع ورق الصحف وأسهم في جريدة أنترناشيونال هيرالد تريبون The International Hered Tribune. وتقدم نيويورك تايمز يوميا، أهم الأخبار وأحدثها وأخبار الرياضة وتوسعت في أقسامها وغيرت مظهرها ولونها اليومي وتعزز بتاريخها الحافل بالإجازات ويبلغ متوسط إيراداتها السنوية حوالي 2,9 بليون دولار، يعمل بها حوالي 13,5 ألف موظف.

وتملك New York Times عددًا من الوسائل الإعلامية هي:

1- "The Boston Glob" ويرأسها ريتشارد جيلمان Richard H Gilman ولها تاريخ حافل يمتد إلى 26 عاماً، تمثل صوت المستقبل New England، وهو مجموع الولايات الشمالية الشرقية من الولايات المتحدة الأمريكية.

2- "مجموعة من الصحف الإقليمية": "Regional New paper Group" يرأس مجموعة الصحف الإقليمية لين مانوس Lynno Mathous، يتركز نشاط هذه المجموعة في كاليفورنيا وفي الجنوب الشرقي، ويخدم مختلف الجمعيات ذات الحجم المتوسط، وأكبرها ساراسوتا-هيرالد تريبون، مع توزيع يومي يبلغ أكثر من 100 ألف نسخة ويأتي تصنيف الأقسام حسب الولايات كالتالي:
أ. ألاباما Alabama⁽¹⁾:

ويصدر منها ثلاث صحف، هي تايمز ديلي Times Daily من مدينة فولورنس Florence، وصحيفة قاذردن تايمز The Gadsden Times من مدينة قاذردن Gadsden، والجريدة الأخرى التي تصدر من ولاية ألاباما هي أخبار تسكالوسا The Tuscaloosa News من مدينة تسكالوسا Tuscaloosa.
ب. كاليفورنيا California:

ويصدر من هذه الولاية جريدتان تابعتان لشركة نيويورك تايمز، هما أخبار سانتا جريارا الصحفية Sinto Berbara New press من مدينة سانتا برلرا Santa Barbara، وجريدة الديمقراطي The press Democrat وتصدر من مدينة سانتا روز Santa roza.

ت. فلوريدا Florioda:

تختص هذه الولاية الجنوبية المشهورة بجمال شواطئها، مناخها المعتدل تسع جرائد، ضمن مجموعة الجرائد التابعة لشركة نيويورك تايمز وهي جريدة جينزفيل صن The Gaines Ville Sun، ويصدر في مدينة Gaines

(1) www.elmoquatel.com

ville، وجريدة ليك سيتي ريبوتر Lake City reporter، من مدينة ليك سيتي من مدينة ليك سيتي Lake city، وجريدة The Ledger وتصدر من مدينة ليك لاند Lake Land، وجريدة ستاربانر Star Banner من مدينة أوكلار Ocala، وجريدة ديلي نيوز Daily News، وتصدر من مدينة بالاتكا Palatka، وساراسوتا، هيرلد تريبون Sara sota Herald Tribune في مدينة ساراسوتا Sarasota، وتصدر من مدينة فيرناندينا Fernandina Beath صحيفة ديانوز ليدر The News Lender، أما صحيفة ماركو أسلند إيجل Marco Island agle، فتصدر من مدينة ماركو Marco Island، وأخيرا فإن جريدة ذا نيوز صن The News Sun الصادرة من مدينة سيرتج أفون باك Sebring Avon Pak، تعد الجريدة التاسعة ضمن مجموعة الجرائد الإقليمية التابعة لشركة نيويورك تايمز في ولاية فلوريدا.

ث. لويزيانا Louisiana:

يصدر عن هذه الولاية ثلاث جرائد تابعة لشركة نيويورك تايمز هي ذا كورير The Courier وتصدر عن مدينة "هومو" Houma، وجريدة ديلي ورلد Daily World ويقع مقرها في مدينة أيا أوساس Appaloosas، والجريدة الثالثة هي دايلي كومت The daily comat، وتصدر من مدينة ذي بولو Thiboolaux.

ج. نورث كارولينا North Carolina:

هذه الولاية كسابقتها لويزيانا، تحتضن ثلاث جرائد يومية ضمن مجموعة الجرائد المملوكة لشركة نيويورك تايمز، وهذه الجرائد هي التايمز نيوز Times News في مدينة هندرسن فيل Henderson Ville، وجريدة ذا ديرباتش The Dirpatch التي تصدر من مدينة لكسينجيتون Lexington.

ح. ساوث كارولينا South Carolina:

تصدر من هذه الولاية جريدة واحد فقط هي جريدة سبارتنبرج هيرالد جورنال Spartanburg Herald journal وتقع في مدينة سبارتنبرج Spartanburg.

3- المجموعة الإذاعية Broadcast Group: ويوجد مقر هذه المجموعة في مدينة ممفيس Memphis في ولاية تنسي Tennessee وتضم ثماني محطات تلفزيونية، ومحطتي إذاعة في مدينة نيويورك، وتقع محطات التلفزيون في ولايات ألاباما Alabama وأركسَا Arkansas، إلينوي Illinois، وأيو Aiwa، وأوكلاهوما Oklahoma، وبنسلفانيا Pennsylvania، وتنسي Tennessee، وفرجينيا Virginia.

4- مجموعة المجلات Magazine Group، وتضم مجلات جولف دايجست Golf Digest، جولف وورلد Golf World، وجولف شوب Golf Shop.

5- شركة التايمز الرقمية Times Company Digital: مقرها في مدينة نيويورك وتضم جريدة نيويورك تايمز على الشبكة The New York Times On the web. ونيويورك توداي كوم New York to day

com، وبوسطن Boston com، وجولف دايجست كوم Golf Digest.com، وأبوز Abuzz، وهي عبارة عن ستة مواقع لشركة التايمز الرقمية على شبكة الأنترنت.

6- مجموعة منتجات فورست Forest Product Group ومقرها نيويورك وتملك الشركة أسهمًا قليلة في صناعة الورق والطباعة.

7- أنترناشيونال هيرالد تريبون International Herald Tribune ومقرها فرنسا، وتصدر في باريس وتطبع على الفاكس، يلي في الموقع 4 من نيويورك إلى سنغافورة وتباع في أكثر من 180 دولة وتملك شركة نيويورك تايمز نصف أسهمها.

بينما تملك شركة الـ "واشنطن بوست" النصف الآخر تقع رئاسة الشركة في 229 ويست شارع 43 ذي نيويورك، ويتولى رئاستها آرثر سلزبرجر Arthur Sulzberger، ورئاستها التنفيذية روسي لتي لوريس Russell T. Lewis.

ب. جريدة هيرالد تريبون Herald Tribune⁽¹⁾

أصدر جيمس جوردون بنيت Jaimes Gorden Bennetty، أول عدد من جريدة الـ "نيويورك هيرالد New York Herald" في 04 أكتوبر 1887، وخلال الفترة التي كانت فيها معظم الجرائد في أوروبا وأمريكا جرائد رأي، ركزت تلك الجريدة بقوة في الأخبار والمزيد من الأخبار، كما عاجلت الرأي معالجة منفصلة، وبذلك تمكن بنيت من أنموذجية الصحفي إلى أوروبا من خلال إيجاد الطبعة الازوتية، في باريس.

ومنذ البداية استطاعت جريدة (الهيرالد الدولية للأخبار التي تصدر في باريس، تغطي الأخبار تغطية مكثفة، وقد أدخل بنيت إلى أوروبا أسلوب الصحافة الأمريكية، وبعض الابتكارات، مثل ماكنة تنفيذ الأحرف المطبعية، والرسوم الهزلية المخططة الملونة وكليشيهات صور الأخبار نصف ملونة، وقد كان من بين الأوائل الذين أولوا أهتماماً كبيراً وملحوظاً وكان أول من استخدم الراديو، كذلك في بث الأخبار، وبعد وفاة بنيت عام 1918، واصلت "الهيرالدباريس" استخدام التقنية الحديثة، لتقدم أفضل الخدمات إلى القارئ وفي عام 1928 صارت أول جريدة توزع بالطائرة وتصل إلى لندن في الصباح الباكر.

وقد ظهر للجريدة العديد من الإصدارات الأخرى وكانت باريس هيرالد باريس إحدى جريدتين، صدرتا في فترة الحرب العالمية الأولى، وقد شهدت الأزمة الاقتصادية وغطتها عام 1930 دون أن تغفل تغطية أي موضوع إلا أنها تعرضت للانقطاع عندما احتل الألمان باريس في سنة 1940 ولم يستأنف الصدور إلا في ديسمبر 1945. وبعد وفاة بنيت تغيرت ملكية الجريدة واندجحت في جريدة "نيويورك" هيرالد ومهد ذلك كظهور جريدة "الهيرالد تريبون نيويورك" واشترى الطبعة الأوروبية من هذه الجريدة عام 1959 جون هي وتني John Hay Whitney الذي صار سفيراً للولايات المتحدة لدى بريطانيا.

(1) Lauterer, Jack community Journalism.ames.IA :Iowa state University Press, 1995, P89.

وعلى الرغم من أن جريدة "نيويورك" قد أغلقت عام 1966 فإن وتني قرر استمرارية جريدة باريس، تحقيقاً لهذا الهدف انضمت إلى الواشنطن بوست Washington post، إلى نيويورك تايمز في ملكية واحدة، وفي 22 مايو 1967 ظهرت الجريدة للمرة الأولى باسمها الجديد وهو ال: هيرالد تريبون الدولية International Herald Tribune.

ثم اشترت "البوست والتايمز" حصة وتني، وصارتا مالكتين متساويتين لـ "الأنترناشيونال هيرالد تريبون". وقد استعادة الجريدة وجهها وبريقها، وقد عززت من سمعتها ومكانتها بعرضها الموضوعي والواضح للأخبار العلمية المهمة، وأصبح قراء الجريدة من غير الأمريكيين يمثلون عام 1970 ثلث قرائها. وفاق عدد القراء من أمريكا عام 1980 عدد القراء الآخرين استمرت هذه الزيادة في النمو.

وفي عام 1974، استخدمت البث الإلكتروني عن طريق الفاكس من دولة إلى أخرى، بافتتاح موضع طباعة بالقرب من لندن كما افتتح موقع آخر في زيورخ Zurich عام 1977، وفي عام 1978 أصبحت إحدى الجرائد الأكثر تقدماً في أوروبا، بتجهيزات التحرير وأنظمة الضبط النوعي العاملة بالحاسب الآلي بصورة كاملة.

وفي سبتمبر 1980 اتخذت خطوة تاريخية أخرى، عندما بدأت الجريدة بإرسال صور الصفحات عن طريق الأتمة الصناعية من باريس إلى هونج كونج، وبذلك أصبحت الجريدة اليومية الأولى التي ترسل الكترونياً من قارة إلى أخرى، وأول جريدة تصل إلى القراء في كافة أنحاء العالم.

وعززت شبكة توزيع الجريدة وتداولها عالمياً بافتتاح مواقع طباعية أخرى في العالم، بلغت حتى اليوم اثني عشر موقعاً، في باريس ولندن وزيورخ، ومارسليا، ويولنيا، نيويورك، وفرانكفورت، وهونج كونج، وسنغافورة، وطوكيو، كما سهلت الطباعة بالفاكسميلي في ثلاث قارات إيصال الجريدة إلى أكثر من 180 دولة كل يوم.

ج.جريدة الواشنطن بوست " (1) The Washington post

وهي جريدة يومية أسسها الديمقراطي المستقل ستيلسون هتشن Stilson Hutchen، وظهر العدد الأول منها يوم الخميس 06 ديسمبر 1877 في أربع صفحات، ووصل توزيعها حينذاك إلى 10 آلاف نسخة. وفي عام 1888 اشترى هتشن Hutchen جريدة الجمهورية اليومية وكانت الجريدة الصباحية الوحيدة المنافسة للبوست وأصدر البوست بعد الظهر.

وفي عام 1889 باع هتشن البوست إلى فرانك هاتون Frank Hatton وهو عضو في مكتب الحزب الجمهوري، وإلى جرايان ويلكنز Brian Wilkins وهو عضو ديمقراطي سابق في الكونغرس. وفي عام 1893 نقل ويلكنز وهاتون مقر الجريدة إلى مبنى جديد يقابل المسرح الوطني في واشنطن العاصمة.

وفي عام 1905 اشترى جون مكلين John R. Mclean، وقد زاد توزيعها وإعلاناتها تحت إدارته وتعززت أبحاثها ولكن ولاء مكلين للحزب الديمقراطي، لو أن أراءه في الأخبار، مما جعل الجريدة تفقد الكثير من مصداقيتها وتأثيرها.

وفي عام 1916 توفي مكلين وصار ابنه إدوارد Edward مكرماً للجريدة، كما أطلع على مناصراً للحزب الجمهوري، مما قلل من توزيعها وقلت إعلاناتها، وأخيراً أخضعت الجريدة إلى الحراسة القضائية.

وفي الأول من يونيو من عام 1933 أعلن إفلاس البوست وعرضت في مزاد الإفلاس العام، وبيعت الجريدة بمبلغ 850 ألف دولار إلى يوجين ماير Eugene Meger.

الذي ولد 13 أكتوبر 1875 في مدينة لوس أنجلوس Los Angeles ولاية كاليفورنيا، وتوفي في 17 جويلية 1959 في نيويورك.

درس في جامعة Yale University، وتخرج فيها عام 1895 تزوج أجنيس إيرنس Agnest Erkst في عام 1910، ولما اشترى جريدة الواشنطن بوست The Washington Post.

ولاستيعاب التوزيع المتزايد في عام 1933، ويرأس لجنة تحريرها، عين زوجته نائبة للرئيس، وكانت آنذاك صحفية وكاتبة مؤثرة في المجالات الصحية، والتعليم، والشؤون الاجتماعية.

كان يوجين ماير رجلاً ثرياً وأنشأ شركة استثمار بنكية وكان أول رئيس شركة هيربرت هوفر Hoover وأول رئيس للبنك الدولي للإنشاء والتعمير وتولى عدداً من المناصب الرفيعة، تحت قيادة عدد من رؤساء الحكومية، ابتداء من الرئيس وودرو ويلسون Wilson Woodrow.

إن Eugene رجل أعمال من ولاية كاليفورنيا، ولم يكن ماير خبيراً بشؤون الصحافة ولكن كان على قناعة بإصدار الجريدة استناداً إلى عدد من المبادئ أهمها:

- 1- قول الحقيقة.
- 2- نقل جميع الحقائق المتعلقة بالشؤون الأمريكية والعالمية.
- 3- مراعاة اللياقة والأدب في أخبارها، خاصة فيما يتعلق بالأفراد.
- 4- مناسبة ما يكتب للصغار والكبار.
- 5- توجه مسؤولية الجريدة وواجبها كمصلحة قرائها، وللجمهور بصفة عامة، وليس للمصالح الشخصية للمالكها.

6- استعداد الجريدة من أجل متابعة الحقيقة للتضحية بأموالها، إذا كان ذلك للمصلحة العامة.

7- عدم ارتباط الجريدة بأي مصلحة خاصة وأن تكون عادلة في معالجتها وعرضها للشؤون العامة، ورجال الدولة.

بدأ يوجين ماير التركيز في أعماله في الـ "واشنطن بوست" في الفترة من عام 1933-1943، وقد تضاعف التوزيع ثلاث مرات ح من 4 ملايين سطر إلى 12 مليون سطر، ومع ذلك بدأت الجريدة في الخسارة. في عام 1948 امتلكت الـ "واشنطن بوست" محطة الإذاعة المسماة "WTOP" في واشنطن العاصمة. وفي عام 1950⁽¹⁾ ولاستيغاب مكاتب الجريدة المتطورة، في جراهام مباني، ووجهز تجهيزات الـ "واشنطن بوست" جعلتها في ذلك الوقت من أفضل الجرائد في التجهيزات والمباني الحديثة. وفي يونيو من عام 1950 اشترى جراهام محطة تلفزيون CBS في واشنطن وغير اسمها إلى Wtop Tv وفي عام 1953 اشترت الـ "واشنطن بوست" محطة التلفزيون المسماة "WMBR" بولاية فلوريدا وغير اسمها إلى "WJXT Tv". وفي عام 1954 اشترى الـ "واشنطن بوست" آخر منافسها من الجرائد الصباحية في المدينة، هي لـ "واشنطن تايمز"، هيرالد Washington Times Herald وقفز توزيع الـ "واشنطن بوست" التايمز هيرالد إلى 380 ألف نسخة وقد ضمن شركة التايمز هيرالد نجاح البوست وبقائها. وفي عام 1965 موت يوجين ماير صار فيليب جراهام رئيساً وناشر الجريدة. وفي العام 1961، اشترى فيليب جراهام مجلة الـ "نيويورك" وضمها إلى مجموعة الـ "واشنطن بوست". وفي عام 1962 تكون اتحاد بين لوس أنجلوس تايمز The Los Angeles Times والبوست، فيما يخص خدمة الأخبار، والأعمدة، المقالات، وهي السمات الظاهرة في كل صحيفة، لديها الآن أكثر من 650 مشتركاً في خدمات الأخبار من داخل أمريكا وخارجها. واشترى شركة الـ "واشنطن بوست" 49% من الأسهم في شركة بواتير ميرسي Bowater Mersey للورق في كندا. وفي العام 1966 اشترت شركة الـ "واشنطن بوست" 85% من أسهم مستودع روبينسون Robinson Terminal waichoos واستخدم المستودع لتخزين ورق جرائد الـ "واشنطن بوست" ولإصدارات أخرى في المنطقة. وكذلك اشترت شركة الـ "واشنطن بوست" أسهماً في جريدة نيويورك لجرائد تريبون New York Herald Tribune Paris الصادرة في باريس من وتني للاتصالات Whitney Communication، في عام 1967 أسست شركة نيويورك تايمز وشركة الـ "واشنطن بوست"، وشركة وتني للاتصالات جريدة الأترناشيونال هيرالد تريبون، وتملك نيويورك تايمز وواشنطن بوست 50% من الأسهم فيها. وفي عام 1983، افتحت الطباعة عبر الأقمار الصناعية بتكلفة بلغت ستين مليون دولار لاستيعاب التوزيع المتزايد.

(1) Mott, Frank Luther. American Journalism. New York : Macmillan, 1962, P33.

وفي نوفمبر من العام نفسه، صدر العدد الأسبوعي من الجريدة، وهو يختص بالأخبار المحلية: أخبار الحكومة، والأخبار الاقتصادية، والأخبار الدبلوماسية، وقد أعيد تصميم الجريدة اليومية، لتكون في شكل أسبوعي يناسب الجمهور إضافة للإصدار اليومي.

وفي العام 1986 اشترت الـ "واشنطن بوست" نظام الكيبل Cable الذي يخدم 350 ألف مشترك، من شركة كابتل شيتري إي، بي، سي Capitalcitiesabc.Inc ويخدم 700 ألف مشترك في 8 ولايات في الغرب والوسط الغربي والجنوب.

وأصدرت الشركة مجلة النيوزويك News Week باللغة اليابانية، وكذلك أصدرتها باللغة الإسبانية والكورية إضافة إلى الطبقات الثلاث الإنجليزية وأخيراً أصدرتها باللغة العربية، بالإتفاق مع صحيفة الوطن "الكويتية" وصدر أول عدد لها في 06 يونيو 2000.

وفي عام 1992 امتلكت الـ "واشنطن بوست" مجموعة جرائد الجازيت The Gazette News papers التي تصدر حتى الآن حوالي 30 نشرة أسبوعية للجماعات الصغيرة في مونتجمري "Montgomery"، وفريدريك Fredrick، وكارول Carol وبرنس جورج Prince George وكذلك أصدرت مجلة جريلاند بنس Mai Land busins الشهرية وإصدارات تقنية حول التكنولوجيا وعشر صحف عسكرية للقواعد العسكرية الأمريكية، كما تدير موقعاً من أكبر المواقع التجارية للطباعة في منطقة واشنطن.

وفي عام 1993 أنشأت الشركة مؤسسة "واشنطن بوست" نيوز ويك Washington Post - News Week Interchie مجالات التحرير والإدارة على شبكة الانترنت.

عام 1994، اشترت الشركة محطة تلفزيونية KPRC TV التي تملك شركة NBC جزءاً منها في هيوستن Houston وتلفزيون KSAT.TV التي تملك ABC جزءاً منها في سان أنطونيو San Antonio ولاية تكساس Texas.

وفي عام 1995 أعلنت الـ "واشنطن بوست" عن خطط لشراء 8 مطابع أوفست من مطابع جتسويشي في الولايات المتحدة، وقد أسهم ذلك في إعادة تصميم الجريدة وتطوير الطباعة فيها، وأعدت تجهيزات جديدة في مدينة كوليج بارك College Park بولاية ميرلاند Maryland، وحددت تجهيزات ومبانيها في فرجينيا وفي يوليو 1996، بدأ موقع الـ "واشنطن بوست" على الشبكة.

وفي سبتمبر عام 1999 امتلكت الشركة محطة تلفزيونية WCPX.TV في أورلاندو Orlande بولاية فلوريدا مبادلة بـ: WFSC.TV في هارتفورد Hartford في كنتاكي Kentucky وفي أكتوبر من عام 1997 أعلنت الـ "واشنطن بوست" عن تحالف مع قناة الأخبار الرقم 08 للبت مباشرة من غرفة الأخبار في الـ "واشنطن بوست".

د. جريدة أرمي تايمز: Army Times news paper

تتبع جريدة أرمي تايمز شركة أرمي تايمز للنشر. Army times company - ATPCO

موجهة للقطاع العسكري	1-Army times 2-Navy tmies 3-Air force times 4-Marine Corps Times	التي تأسست عام 1940 ومقرها في سانبرنج، فليديني ولاية فرجينيا وتصدر ستة جرائد أسبوعية، منها جريدتان تخصصان بالشؤون التجارية، ومجلة شهرية واحدة والمطبوعات هي:
موجهة للقطاع المدني من الموظفين	5-Defence News 6-Space News 7-Federal Times	وتعد شركة Army times للنشر، أكبر دار نشر

تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية، تصدر نشرات للقوات المسلحة، ويعمل في الشركة صحفيون على درجة عالية من الكفاءة والثقة، توكل إليهم تغطية الأخبار لوزارة الدفاع الأمريكية "البنتاغون" بصورة تفوق أي مؤسسة صحفية أخرى.

توافي جريدة أرمي تايمز، الأسبوعية، أعضاء القوات المسلحة، وعائلاتهم بآخر التطورات، في كافة جوانب الحياة العسكرية، إذ أنها تصدر خصيصاً لأفراد الجيش الأمريكي وعائلاتهم، المنتشرين في شتى أنحاء العالم، ويركز محتوى الجريدة على أخبار أنشطة القوات المسلحة، من خلال القنوات الرسمية وغير الرسمية، ويتضمن العدد الرئيسي من الجريدة عرضاً للكتب التي تتناول الصناعة الدفاعية، كما يتناول آخر التطورات التي تشهدها هذه الصناعات⁽¹⁾.

تقول الشركة أن الجرائد العسكرية، التي تصدرها، وهي أرمي تايمز، ونيفي تايمز Navy Times وأير فورس Air Force Times وهي أوسع الجرائد انتشاراً وأكثر هاتفة بين أفراد القوات المسلحة، للحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحياة العسكرية، فيقرأ نحو 72% من جميع أفراد القوات المسلحة العاملين في الولايات المتحدة الأمريكية، صحيفة أرمي تايمز أو نيفي تايمز، أو أير فورس تايمز إضافة إلى استفادة نحو 91 من بين أكبر مائة انتشاري عن المستهلك الأمريكي من هذه الجرائد الثلاث في مساعيهم للوصول إلى المؤسسات العسكرية.

في كتابه "مقاتل من الصحراء" أنا الفريق الأول الركن، الأمير خالد بن سلطان بن عبد العزيز قائد القوات المشتركة ومسرح للعمليات، في حرب الخليج إلى جريدة أرمي تايمز، في معرض حديثه عن أمور تتعلق بالمسلمين، في الجيش الأمريكي، وكيف أنها كانت محل اهتمام كبير، أثناء الحرب، بقوله: "وكان هناك، بطبيعة الحال، مسلمون من الجيش الأمريكي، قبل حرب الخليج بوقت طويل، وقد أثار اهتمامي ما قرأته في أرمي تايمز Army times يوم 25 أكتوبر 1993، أن المسلمين يشكلون 4% من مجموع القوات المسلحة الأمريكية العاملة، وأن أول رجل دين

مسلم التحق بدورة رجال الدين في فورت مونموت في ولاية نيوجرسي في شهر يناير 1994.

عنوان الجريدة على الأنترنت : <http://www.atpco.com>

(1) www.elmoquatel.com

عن كتاب موسوعة السلطات قائد الأركان السعود المقاتل من الصحراء

مسؤولو الأخبار والمحرون⁽¹⁾:

رئيس التحرير: دونا باترسون Paterson Donna لمدة 25، وأول امرأة تشغل هذا المنصب.

مدير التحرير: إيفاماري سوكا Evamarie Socha

محرر ساعد: تريستا فايون Trista Fayton

محرر أخبار: أنيت هيكرمان Hickman Enith

محرر متجول: مورين رهيا Maureen Rhea

أهم الكُتاب لهذه الجريدة:

جورج ولسن⁽²⁾ George Wilson

محرر سين نيلور Sean D. Naylor^(*)

هـ. جريدة يونفرسال برس سنديكيت - Uneversal press Syndicate

مؤسسة يونفرسال برس سنديكيت Universal press Syndicate مؤسسة صحفية عالمية أسسها في عام 1970 أمريكيان هما: جيم أندروز Jim Andreus، جون مكميل John McMeel، وهما صديقات وزميلات الدراسة، تخرجا في جامعة لوتردم Notredam في مدينة ساوت بند South bend في ولاية إنديانا Indiana.

وقد لقيتا التشجيع من زوجتيهما: كاتلين أندروز Kathleen Andreus وشوزان مكميل Susan Mcmeel، وبخاصة أن إنشاء هذه المؤسسة الصحفية كان حلما يراودهما منذ زمن طويل، كان جيم أندروز، في هذا الوقت، يعمل في مدينة كانساس سيتي Kansascity. وفي ولاية ميزوري Missoori محرراً لتحرير صحيفة ناشيونال كاتوليك بوبورتر The national Catholic Peporter، أما جون مكميل، فكان يعمل في مدينة نيويورك NewYork عام 1961 مساعداً ومديرًا للمبيعات في صحيفة بيلشر هول سنديكيت Publisher Hall Syndicate.

بدأ هذان الشابان عملهما، في هذه المؤسسة في موقعين بعيدين عن بعضهما، الأول في بلدة ليوود Leawood في ولاية كنساس، وهو عبارة عن بيت مستأجر يسكنه جيم أندروز وزوجته، والثاني مكتب صغير

(1) www.armytimes.com

(2) www.wikipedia.com

(*) سين نيلور Sean D. Naylor من كبار الكتاب في جريدة أرمي تايمز، ولد في كندا، ونشأ في بريطانيا وأيرلندا، يعمل في الجريدة منذ جويلية 1990، حاز على شهادة البكالوريوس في الصحافة، من جامعة بوسطن عام 1988، كما حاز زميله جون أولين صحافة الدفاع John Molin Fellw in Defence Journalism وحاز درجة الماجستير في العلاقات الدولية عام 1990.

وفي عام 1987، قام بتغطية أحداث الصراع في أفغانستان، كما غطى العمليات العسكرية في الكويت، والصومال، وهاييتي والبوسنة وشارك نيلور في تأليف كتاب Clash of chariots- The Great tank Battles.

وهذا الكتاب الذي شارك في تأليفه كذلك توم دونيلي Tom Dnnelly المحرر السابق في جريدة أرمي تايمز.

من غرفة واحدة وتقع الجريدة في شارع Fifth Avenue، في مدينة نيويورك، فأما جيم ندروز وزوجته فكانا في الموقع الأول، وكانت كاتلين (الزوجة) المديرية المالية، تنشر أوراقها على طاولة الطعام في الطابق السفلي من البيت، وأحيطيم (الزوج) فكان يعمل في الطابق العلوي مديرًا لقسم التحرير، أما جون مكميل وزوجته لوزان فكانا يديران قسم المبيعات والتسويق، في مكتب نيويورك، وبدأت هذه المؤسسة الصحفية تشق طريقها إلى النجاح والتميز وكانت أول انطلاقة لهما، ولمؤسستهما الناشئة، عندما التقيا مراسلا، يدعي سيمور هيرش Symone Hersh أثناء تغطية حرب الفيتنام، وكان التقاءهما سببا في ضربة النجاح الأول، وذلك حين رشح هيرش صديقه الجديد، راندوم هاوس Random House، الذي كان يبحث عن إحدى مؤسسات النشر، تسويق كتابه المسلسل Mylar Massacre.

قال مكميل، إن مؤسسة يونفرسال كان عليها أن تدفع 20 ألف دولار ضمانا⁽¹⁾ للصفقة، وكان هذا المبلغ يعد مبلغا ضخما، لمثل هذه الشركة الناشئة واتفق مكميل مع المحررين على أن تحصل المؤسسة على المادة من هيرش، بسعر منخفض، على أن تحصلوا على الضعف، إذا فاز بجائزة يوليتز Pulitzer Prize، ولحسن الحظ فازت تغطية هيرش لكتاب My Lai Massacre، بجائزة يوليتز الدولية للتقارير الصحفية لعام 1970، وكانت تلك نقطة انطلاق يونفرسال، وكان واحد من أسباب نجاحها، كذلك أنها استقطبت المواهب الشابة لمساندتها والعمل فيها، وكان جيم أندروز وراء اكتشاف ذوي المواهب وجذبها، فكتشف مواهب جاري نوديو Garry Trudeau وهو طالب في جامعة ييل "Yale" وكان ينشر مسلسلاته الهزلية Buil Tales، في صحيفة أخبار الجامعة المسماة Yale Daily News، ثم اشتهر تروديو بمسلسلاته الهزلية الأخرى المسماة Donnesbury، التي نال بها جائزة البولينز Pulitzer للأعمال الهزلية، ثم ارتقى مستوى هذه السلسلة حتى أصبحت قصة نجاحها من أشهر القصص في تاريخ الإنتاج الصحفي الهزلي، واشتهرت مؤسسة يونفرسال برس سنديكيت، حتى أصبحت رائدة في الإنتاج الصحفي، وفي نشر وفي إنتاج الهدايا والورقيات، وفي تطوير وسائل الاتصال الحديثة.

انضم جون مكميل وزوجته إلى جيم أندروز وزوجته في عام 1975 في مدينة كنساس سيتي، لدعم عمليات النشر، والمبيعات في وسط الولايات المتحدة، فأنشؤوا دار النشر الكاثوليكية المعروفة باسم Sheed and Ward، وأصبح أندروز ومكميل المساعدين اللذين، تعتمد عليهما مؤسسة يونفرسال برس سنديكيت في نشر الكتب ولم يطل العهد بهذه المؤسسة الفتية الواعدة، حتى منيت بوفاة جيم أندروز في عام 1898 فجأة عن عمر يناهز الرابعة والأربعين عاماً، غير أن المؤسسة واصلت مسيرتها دون توقف، واليوم يونفرسال برس سنديكيت ليست إلا فرعا لدى أندروز مكميل يونيفرسال Andreus McMeel Universal، التي تضم تحتها فرعين آخرين هما: أندروز مكميل بيلشينج Andreus McMeel Publishing، ويونيفرسال نيوميديا Universal New Media.

(1) www.naa.org

وتعد أندروز مكميل يونيفرسال، اليوم أكبر مؤسسة صحفية مستقلة، صاحبة ريادة في نشر الكتب، وإنتاج التقارير، والهدايا والورقيات وتسويقها وفي شهر يوليو 1997، نقلت خبراتها المتنوعة في العمل الصحفي إلى الوسائط الإعلامية الجديدة New Media، فأعلنت لها ستصبح قناة فاعلة وشريكة لشركة مايكروسفت، أنترنت إكسبلورر الرقم Microsoft Internet Explorer 4، وتنتج هذه المؤسسة الصحفية أعمال أكثر من مائة وخمسة وعشرين مبدعا وكاتبا، كل عام وتنشر أكثر من ثلاثمائة كتاب كل عام، وتسوق سلسلة من التقاويم، والهدايا، والمواد الورقية، العالية الجودة ومازالت مؤسسة أندروز مكميل يونيفرسال تؤثر تأثيرا عميقا في الثقافة الشعبية الأمريكية.

يقول عنها جون مكميل رئيس أندروز مكميل يونيفرسال، ويونفرسال برس سنديكيت: "المؤسستنا دور خاص في رعاية ذوي المواهب لأن المبدعين المؤلفين الذي نمتلهم وندعمهم، نوعية خاصة من الناس والعلاقة بين شركتنا وبين المبدعين والكتاب فيها، وكذلك علاقتنا بمحررينا، وبكاتبنا، وبفنانينا، هي الأساس، الذي قامت عليه شركتنا وبسببهم جميعا يخلصنا، ولا يمكن أن تكون لنا شركة دونهم.

وتقول كاتلين Kathleen أندروز، نائبة رئيس أندروز مكميل يونيفرسال، والمديرة التنفيذية لشركة أندروز ميكل بيلشنج: "فيينا تأثيراً عظيماً، ويدخلون في قلوبنا الرعب والروعة والرهبنة، فيجب أن يكون هنا على الأرض من يمسك بخيط الطائرة بقوة، حتى تحلق الطائرة، وإلا فإنها لن تحلق، فلو أطلقتها لتحطمت، ولو لم تشدها إليك بقوة لما طارت، وهذا ما تفعله شركتنا مع المبدعين فيها، نحن نمسك بالخيط باعتدال، فلا نشده فتمنع تحليق المبدعين، ولا نطلقه فيتحطمون، والطائرة في شركتنا هي المبدع، ورحلة الطائرة هي الإبداع نفسه.

وأصبح لمنتجات هذه المؤسسة الصحفية تأثير عميق في حياة كثير من الأمريكيين، فهي تنقل إلى كثير منهم إبداعات أشهر المبدعين الأمريكية وبخاصة المؤلفات الساخرة والفكاهية التي يرى فيها قراؤها أنفسهم، ويرى أصحاب مؤسسة يونيفرسال سنديكيت، أن مؤسستهم تقدم للصحف ولقراءها أحسن الخدمات الممكنة، التي تشمل التعليقات العميقة والمثيرة والمعلومات النافعة والتسلية، والنصيحة، والرأي، مآ قائمة المبدعين، فتشمل عدداً غير مسبوق من الفائزين بجائزة بولينزر مثل ميري ميكجروي Mary McGroy، وديفيد شريميان David Shribman، وجاري ويلز Garry Wills، وروجر إيبرت Roger Ebert، وجاري تروديو، وبات أليفانت Patoliphant، وتوني أوت Tony Auth، وبن سار جنت Ben Sargent، وجوليس فيفر Jules feiffer، وتوم تولز Tom Toles.

لعل أشهر أعمدة يونيفرسال برس سنديكيت، العمود المسمى "دير أبي Dear Abby الذي تكتبه الكاتبة المبدعة أيجيل فان بيورن Abigail Van Buren منذ أربعين عاماً، وهذا العمود يقدم للشعب الأمريكي النصائح مقرونة بالأمنيات الطيبة من المؤلفة ويستمتع أكثر من تسعين مليون قارئ، في أكثر من ألف ومائتي جريدة بخفة دم كتابته وحكمتها، كل يوم، ويوازي هذا العمود في تأثيره على الثقافة الأمريكية عمود

Donnesbury، الذي يكتبه جاري تروديو وقراؤه إما مجنون له بشدة، وإما متعصبون له بشدة، ولم يزل كاتبه جاري تروديو خصما لليمينيين واليساريين من رجال السياسة الأمريكيين، لأجيال عدة، مع ذلك يرى أصحاب النفوذ الذين يشعرون بعنف وخطاة سحرته، قراؤه أعماله اليومية أمرًا واجبًا عليهم، أما الكاتبة بيتي دينام Betty Debnam، فقد أمتعت الأطفال وثقتهم ونشطت ملكة القراءة الصحفية لديهم.

وتشمل سلسلة الأعمال الساخرة الشعبية التي تقدمها يونيفرسال برس سنديكيت والتي تنشر الآن على شبكة الأنترنت على قناة The Comics Channel، أعمالاً أصلية مثل جار فيلد GarField، الذي يكتبه جيم ديفير Jim Davis، وكاتي Cathy، الذي تكتبه كاتي جوزويت Cathy Guisewite، وكلوز توهوم Close tohome، الذي يكتبه جون مكفير سون John Mc Pherson، وفوكس تروت Fox Trot، الذي يكتبه بيل أميند Bill Amend.

وقد قطعت يونيفرسال برس سنديكيت على نفسها أنها تعطي للأعمال الفكاهية الساخرة اهتمامها الزائد، ومن ثم فإنها ألتزمتاً فريداً في إبراز المسلسلات الفكاهية الساخرة، لمدة ثلاثين عاماً تقريباً، فنشرت أعمالاً ساخرة، مثل ذي فارسايد The Far Side، وكالفين آند هوبيز Calvin and Hobbes، للقراء الأمريكيين أما العمل الأول لصاحبه جاري لارسون Gary Larson، فقد تجاوز كل قواعد السخرية المقبولة في حقل الصحافة محدثاً بذلك تراثاً عميقاً في الوسائل الإعلامية المشهورة، بما في ذلك التلفاز والسينما، أما العمل الثاني لصاحبه بيل واترسون Bill Waterson، فقد سحر قلوب القراء بشكل لم يسبقه إليه عمل هزلي من قبل⁽¹⁾.

ومع أن مؤسسة يونيفرسال برس سنديكيت ملتزمة بتقاليد الصحافة التقليدية المعتمدة على الأوراق الخبر، إلا أنها ملتزمة كذلك بتطوير منتجات جديدة من شأنها أن تضع الصحيفة في موضع قيادي وإبداعي في تقنية وسائل الاتصال U Express، وموقعها على شبكة الأنترنت هو www.Uexpress.com إلا مثال على تطوير منتجات بمزيج ثري من الأعمال الهزلية، والمعلومات الشخصية عن مبدعي يونيفرسال برس سنديكيت أما Oclick لخدمة الأعمال الهزلية، فتطوير آخر جديد تقدمه هذه المؤسسة الإعلامية وهذه الإضافة الجديدة تمكن الصحف من نشر آخر الأعمال الهزلية على الشبكات العالمية للمشتريين فيها، ويمكن القراء من التفاعل مع الصحف تفاعلاً مباشراً وهذا كله يسهم في زيادة التسويق والإعلان في الصحف.

وهذا حديث بعض أصحاب الأعمدة الصحفية، وكتاب أفلام الرسوم المتحركة الذي تعاقدوا مع مؤسسة يونيفرسال برس سنديكيت، عن الطريقة التي تمكنت بها مؤسسة مكميل وأندروز من ضمهم إليها، وتقول كاتي جايزوايت Cathy Guisewite مؤلفة كاتي "Cathy" لم تحصل على مدار ثمانية عشر عاماً ونصف العام من كتابة المسلسلات الهزلية على سند مستحقاتي المالية من جون رون أن يرفق به عبارات تشجيعية من قبل: "لقد قدمت عملاً جيداً"، "لقد أضفت جديد.. إلخ".

(1) www.elmoquatel.com

ويقول توم ويلسون Tom Wilson الذي تعد أفلامه الكرتونية أول لمجيد ربحا كبيرا للمؤسسة، إن: مكميل يزرع الثقة في من يطلق عليهم "المبدعين" أنه يجعلك تشعر أنك أنت الذي صنعت ما وصلت إليه المؤسسة اليوم، وهذا يجعلني أشعر بالسعادة لأني في مكان، أظن أنه هو الذي صنع ما أنا عليه اليوم. كان حجم مبيعات الشركة، في عام 1974 أقل من 250 ألف دولار، اليوم تصل عائداتها إلى 200 مليون دولار سنويا، ويعمل بها نحو 250 موظفا منتظما، ونحو 50 موظفا غير متفرغ، معظمهم في منطقة كنساس سيتي، وقد مرت شركة يونيفرسال بأيام صعبة في بدايتها وكافحت حتى تتمكن من منافسة دور النشر الكبيرة والكثيرة مثل شركة United Features Syndicate, King Features Syndicate، وفي الوقت الحالي شركة Tribune Media service التي تتمتع بتاريخ طويل في هذا المجال. وتعد يونيفرسال برس سنديكيت اليوم، من الشركات الرائدة في العالم في نشر الجرائد والكتب، لإنتاج التقاويم، والهدايا والأدوات المكتبية.

ما هو السر في انجذاب القراء للجرائد الأمريكية؟

لعل أهم عنصر ركزت عليه الصحافة الأمريكية، هو عملية "تزيين المائدة أي الديكور" في استعمال الألوان والورق الجيد، والطبع بالليزر ساهم في انجذاب القراء نحو الجرائد. التغيير في فنيات التحرير واعتماد أسلوب سهل في نوعية الإخراج والتحرير، ومحاولة تقديم القصص الإخبارية إلى القراء بشكل مختصرا ومفيدا.

التغيير في المحتوى: وهو الاعتماد على جريدة الناس، كالمبحث عن عمل، وحراسة الأولاد، والمطاعم المناوبة

24/24، وتسيير الأموال أي

الصحيفة	النسخة بالمليون 1987	النسخة بالمليون 1997	نسبة التغيير
the wall street journal	1,961	1,837	6
U, S, A to day	1,324	1,662	26
Las anglas Times	1,113	1,068	4-
New York Times	1,022	1,107	8
Washington post	0,761	0,818	7
New York daly news	1,285	0,728	43-
News day	0,641	0,559	13-
chicago trebune	0,765	0,665	13-
droit free press	0,649	0,363	44-
San Francisco chronicle	0,568	0,494	13-

جدول أهم العشر جرائد الأكثر استنساخ⁽¹⁾:

محاولة إلى إعطاء الأخبار قيمة في الواقع، ومتابعة الحكومات المحلية والتشريعية، وأهم القرارات المتخذة. كل هذه العوامل ساعدت اكتساب الأطفال على قراءة ليوميات والأسبوعيات، بعدما كان ثلث من القراء أقل من 31 سنة، أما الآن 50% من 18 -

24 سنة هم قراء للصحف حسب دراسة قامت بها مركز Times minor.

وبالرغم من كل هذا فإن الصحف الأمريكية عرفت تراجعا في سحبها مقارنة بالماضي، والجدول يبين ذلك.

(1) joseph -R- Dominick, The dynamics of mass communication ;OP-at P 103.

المبحث الثاني: المجالات وأنواعها.

ففي فترة الاستعمار الأوروبي للولايات المتحدة الأمريكية، كانت الكلمة ماقزين "Magazine" تعني "Ware House" وهي المخزن الذي توضع فيه أنواع السلع، ريثما تصدر أو تباع أو توزع(1). وكلمة Magazine تعني أنها تحتوي مجموعة من الأدبيات المختلفة، في ثقافة وفن وأدب وسياسة وشعر ورسم كاريكاتوري، وغيرها.

وأول من بدأ إصدار المجلات هو Ben Franklin، حسب ما يؤرخ جوزيف دومنيك(*) وقبله منافسه الشرس السيد Androw Bradford. عندما أسس مجلة تحت عنوان: مجلة براد فور الأمريكية في سنة 1741 قبل ظهور مجلة Franklin مجلة جنرال magazine General، وكلتا المجلتين كانتا تحملان في نطاقهما مقالات سياسية، واقتصادية، وهي موجهة إلى جمهور معين وهم المثقفين فقط. وكانت تصدر في مجلة فرانكين حوالي عشرة صفحات للشعر وأخرى للمناسبات، ومراجعة بعض الكتب الجديدة، ومقالات حول قضايا الساعة، في ذلك الوقت كالاستعمار مثلاً.

وصدرت بعدها مجلة جديدة في مدينة فيلاديلفيا لصاحبها وليام "William" تحت عنوان The American Magazine and month Chronicle. وكان ذلك عام 1757، وكانت تحمل نفس المحتوى، مع سابقاتها من مقالات سياسية، اقتصادية، واعتمدت على نفسها في التمويل مدة سنة. وظهرت مجلة أخرى في مدينة بنسلفانيا، تسمى Pennsylvania Magazine، ورئيس تحريرها توماس باين Thomas Paine، الذي كان ينادي بانفصال أمريكا عن إنجلترا في ذلك الوقت ونادت هذه المجلة بالثورة من أجل الاستقلال. لكن هذه المجلة سرعان ما أصبحت ضحية الصراعات الدائرة وأغلقت سنة 1776.

مابعد الثورة:

خلال القرن الثامن عشر والتاسع عشر، كانت المجلات الأمريكية عبارة عن مزيج بين السياسة والأدب والاقتصاد، وتركز في معظمها على التربية والتعليم وهي موجهة أساساً إلى النخبة. حيث ظهرت مجلة Niles Weekly Register والتي تعرضت لأول مرة للأحداث الآنية، كما ظهرت الأخرى في نفس الفترة تسمى مجلة شمال أمريكا North Amerika Review وبدأت هذه الأخيرة في سنة 1815.

وظهرت إلى الوجود مجلة أخرى تسمى "Port Folio" لصاحبها Donnie الذي كان موالياً للإنجليز، ورفض الديمقراطية، والحرب، استمرت مجلته في الصدور إلى غاية 1827.

(1) joseph-R Dominick the dynamics of mass communication, MC Graw-hill company USA 1999 ISBN o-07-115685-2 P125.

(*) تعريف joseph-R.Dominick: حصل على شهادة الدكتوراه من جامعة الينواز مشيقن سنة 1970، ودرس بمعهد الملكة بنيويورك، ثم أستاذ الاتصال بجامعة جورجيا وهو مؤلف لأربعة كتب وناشر لأكثر من 30 مقال، وحاز على جائزة البحث الوطنية.

عصر صحافة البيبي أو اسانس: (1)

كما ذكرنا في البداية عن الصحف اليومية، أن هناك صحف صدرت في عصر صحافة البيبي، وهناك كذلك مجلات صدرت في هذا العصر. ومنها The Knicker bocker, Grahamis magazine و The Saturday evining post كل هذه المجلات تأسست في الفترة الممتدة 1820 إلى 1840 في هذه الفترة أهم كتاب المجلات لم يركزوا كثيرا على النخبة بل كانت متنوعة وشاملة. وكانت تطبع هذه المجلات بشكل رهيب فمثلا مجلة GRAHAMS كانت تصل 40.000 نسخة.

ومع التنامي الكبير للاقتصاد وازدياد حركة المجتمع، ظهرت المجلات النسوية، كمجلة "Peterson" سنة 1842 ومجلة Gody;s ladys هاتين المجلتين كانتا تنشر مقالات حول الومضات الجديدة للنساء. وبعض الأمور في الأخلاق والصحة، وغيرها من الأمور النسوية. ومع مطلع عام 1850 ظهرت مجلة Harper,s manthly والتي كانت تعتمد على صياغة وإعادة المقالات القديمة في شكل مفصل وكبير.

وظهرت مجلات أخرى في هذا العصر، مثال Frank leslies illustrated news paper، كانت تصدر في ستة عشر صفحة، وتباع بعشرة "سانس" وكانت تعالج قضايا الإجرام، والاعتقالات، والعقار. وفي سنة 1855 ظهرت مجلة The New York Ledger من طرف Rebert bonner، واعتمد فيها على نشر قصص التحقيقات التي كانت ينقلها من جرائد أخرى، يطورها في شكلها الحقيقي والمفصّل (2). تطرقت هذه الجرائد إلى الفساد السياسي، والاقتصادي، حتى على فساد الحليب سنة 1858، وتكلمت عن الفضائح المالية في نيويورك التي قدرت بـ 200 مليون دولار سنة 1870، ودعم هذه القضية الكاليكاتوريست Thomas Nast.

مرحلة ازدهار المجلات:

مع مطلع 1860، كان هناك في حدود 260 مجلة، تصدر في الولايات المتحدة الأمريكية إلى غاية 1990 وصلت إلى 1800 لماذا يا ترى؟ السبب الرئيسي هو أنّه كانت هناك وفرة مالية في هذه الفترة، وكذلك طباعة رخيصة، إضافة إلى عقد البريد سنة 1879، والذي منح بموجبه أثمان خاصة للمجلات، وكانت المجلات الناجحة تبحث عن أسواق، لتسويق بضاعتها مجلة ladies home journal التي أسسها Cyrus Curtis عام 1881، حيث صدرت فيه ثمانية صفحات طويلة، وتحمل قصص قصيرة، كترية الأطفال والاعتناء بهم، وكانت أول مجلة تحصل على الإشهار الوطني، ومع نهاية 1893 وصل سحبها إلى 700.000 وحذت حذوها عدد من المجلات في نوع من تقليدها

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P126.

(2) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P127.

كمجلة Cosmopolitan و McClure,s و Munsey;s، وكانت المجلات الأرخص في هذه الفترة، فقط 10 سانس.

وألمت هذه المجلات بالحملات الصليبية، والبحث عن الفضائح ونشرها، خاصة الشركات البترولية، لكن سرعان ما كره القراء من هذه الأساليب، فراحت المجلات تبحث عن طرق أخرى لجذب القراء أكثر.

فترة ما بعد بين الحربين:

في مطلع القرن العشرين، ظهرت أهمية الإشهار الوطني، فكانت المجلات ابتداءً من 1929 تبحث عن قراء جدد، وكذلك البحث عن معلقين أقوياء.

ونُحِضت المجلات ما بين الحربين العالميتين، نُحِضَة كبيرة لم يسبق لها مثيل، ويقول الدكتور والأستاذ الاتصال في جامعة جورجيا: "جوزيف دومانيك" بأنَّ العوامل التي كانت وراء هذه النهضة هي:

ظهور الملخصات والرغبة في هضم المعلومات وكانت المجلات المزينة بالصور، وأحسن مثال على ذلك أي ظهور الدوريات الملخصة هي مجلة Reader,s Digest التي ظهرت سنة 1922، وهي تعتمد على نشر مقالات سبق نشرها. ووصل نسخها مطلع سنة 1935 إلى مليون نسخة.

فترة ما بعد الحرب⁽¹⁾:

إنَّ الفكرة التي اعتمدت عليها المجلات الأمريكية بعد الحرب هي أنها تحصل على أكثر فوائد أولاً، وثانياً هذه الفوائد والربح إلاَّ بالتخصص في مجال معين، وظهرت مجلات متخصصة، كمجلة Field and Stream، Sport Afield، Golf Digest، وDopular Boating، Sport illustrated، وظهرت مجلات أخرى في ميدان العلوم كمجلة Scientific American ونشرة تسمى Science illustrated ومع التطور الهائل في المدن وتطور سبل الحياة وأنماطها ظهر تخصص آخر، كما ظهرت مجلات السود في نيويورك سنة 1942 تسمى Negro Digest من طرف John Johson والتي استعمل عائداتها في إنشاء مجلات أخرى كمجلة Ebony ومجلة The life ومجلة Jet، Tan⁽²⁾

شهدت السنوات 1980، 1990 توجه جديد في حياة المجلات الأمريكية، ارتفع عدد المجلات، ولكن هذه المجلات كانت قد اشترت من طرف الشركات الأجنبية، كشركة Hachattes الفرنسية التي اشترت أغلب المجلات الأمريكية، التي كانت مملوكة لـ (C.B.S) وكذلك زعيم إمبراطورية الإعلام روبرت مردوخ الذي اشترى كذلك معظم المجلات خلال سنة 1980، ثم تخلى عن بعضها لتقليص حجم الديون.

وكذا الشركة البريطانية Reed International Of Great Britain، التي اشترت 50 مجلة تجارية.

وفي سنة 1994 باعت شركة New York Times مجلتها النسوية التي تسمى Family Circule and MC calls إلى الشركة الألمانية Bertelsmann. ففي سنة 1996 احتلت مجلة Tims Werner المرتبة

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P128.

(2) Joseph-R.Dominick: Loc-cit P129.

الأولى من حيث المبيعات والمداخل قدرت فوائدها بـ 2.5 بليون دولار أمريكي. وكما تراجعت المجلات المختلطة أي ذات التنوع في مواضيعها، كمجلة Guide TV, People, Raeder Digest. وفي المقابل قفزت المجلات ذات التخصص والتي تبحث في اهتمامات طبقات معينة كمجلة The Walking magazine, Flower and Garden قفزة نوعية في مجال السحب كما أن هناك الكثير من المجلات التي بدأت تصدر على الخط On Line كمجلة Time, News (*) Week التي تصدر طبعة إلكترونية، مما انعكس سلباً على المجلات (1).

أنواع المجلات:

تصنف المجلات على النحو التالي:

أ.مجلات المستهلك العام:

يستطيع أي واحد الحصول عليها عند طريق الاشتراك، أو فردياً، من عند بائع الصحف والمجلات، عند بائع الكتب، وتسمى بمجلات المستهلك، لأنه يشتري هذا النوع من المجلات عادة القراء الذين يعلنون فيها، وأهم هذه المجلات هي: لسنة 1996

العنوان	السحب بالمليون
مودارن ماتبورني	20,5
ريدرو ديجاست	15
ت، ف قويد	13
ناشيونال جغرافيك	9
نيو هومس أند قاردن	7,6
كابل قيد	5,3
فاميلي ساركل	5,2
قود هاوس كيبينج	4,9
ودنوس داي	4,5
Woman;s day	4,3

Source = Adrevertising Age sb. 24/1997.page 14⁽²⁾

(*) تحتفل محلية Time News Week هذه السنة بعيد ميلاد الـ 88 والتي أسسها Henry Puce عندما كان عمره 24 سنة.

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P131.

(2) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P132.

ب.مجلات الأعمال والتجارة:

يستخدم هذا النوع تجارة الصناعة والمهن، ولاتباع هذه المجالات، كما تباع الجرائد والمجلات الأخرى، هذا النوع له قراء خاصين ومحدودين لأن الإشهار والمادة المعلنة فيها عادة تشتري من طرف الهيئات والمنظمات، والمؤسسات العمومية، تصدر عن مؤسسة Business Publications Rates and Data، تصدر عنها حوالي 4000 عنوان مختلف من مجلات الأعمال.

ج.المجلات الأكاديمية والأدبية⁽¹⁾:

هناك المئات من هذا النوع التي يصل سحبها إلى 10.000 نسخة تصدر عن منظمات غير تجارية ولا نفعية، وهي تصدر قليلا خلال السنة أو فصلية، ولا تقبل الإشهار ومن هذه المجالات: Theater Design .and technolgy, The Kenyon Review

د. مجلات رسائل الأخبار:

هذه المجالات تأتي من 4 إلى 8 صفحات، وتباع عادة إلى قرائها عن طريق الإشهار، وفي السنوات الأخيرة، أصبحت أكثر الأعمال تجارية، وتتناول قضايا معينة وعادة تأتي في سحب ضعيف يتراوح من 10.000 نسخة، ولكنها غالية في الإشراك من 300 دولار أمريكي إلى 200 دولار أمريكي في السنة، ومن أهم هذه المجالات: .Aeropace Daily, Intelligence Peport Oil Spill, Drug Enforcement Report

ه. مجلات العلاقات العامة:

تصدر هذه المجالات بدعم من الشركات، وتوجه إلى عمال الشركة التي تصدر فيها، كذا البائعين التابعين للشركة ونقاط بيع الشركة، وزبائن الشركة، وهي تحمل القليل من الإشهار والترويج لبعض الأشياء.

(1) ملاحظة: كل المجالات لها مواقع على شبكة الأنترنت وذلك قصد الوصول إلى عدد معتبر من القراء، كما ينعكس إيجابيا على عائدات الجرائد والمجلات ولذلك وصل عدد الجرائد والمجلات على شبكة الأنترنت سنة 1997 حسب ما ذكرته Net-journal Directort رصدت 10.000 مجلة وجرائد، متواجدة على الواب، بالنص الكامل، ودعمه الإشهار القادم من الشركات على مواقع المجالات، بحيث يظهر الإعلان على شريط الأخبار مما عاد بالفائدة على المجالات.

ملكية المجلات في الولايات المتحدة الأمريكية:

ما يعرف عن المجلات الأمريكية أنها مملوكة لشركات عملاقة، تحتكرها في شكل تكتل، وهو ما يعرف بالتمركز للملكية، والجدول التالي يبين أهم الشركات العملاقة التي تملك مجلات المستهلك⁽¹⁾:

الشركة	العائدات بالمليون دولار أمريكي	العناوين التي تصدرها
Time warner	2,4	People, time, Sports, illustrated
Hearst	0,83	Good Hous Keeping, Cosmopotitan
Hachette fillipi	0,81	Eller Woman.s day
Meredith	0,64	Betters Home and garden;s, ladies;s home Journal
Parade Publication	0,5	Porad magazine
Ziff-Davis	0,47	Pc magazine, pc computing
Gruner-Jahr	0,46	YM, parents
News corporation	0,4	TV Guide
News Week inc	0,3	News Week
conde nast	0,86	Vanitx Fair, Go

عملية الإنتاج أو صناعة المجلات:

يقصد بصناعة المجلات أو إنتاج المجلات، بالإدارة الإنتاج من رئيس التحرير والناشر، والطاغم الصحفي.

- 1-الناشر أو مسؤول النشر: هو المسؤول عن سياسة ومصالح المجلة، كما يشهر على ميزانية المجلة، وإبقاء عامل الإشهار مرتفع لأنه هو عصب المجلة، وبذلك يعمل بكل ما أوتي من قوة، لرفع السحب، عادة ما يقوم مسؤول النشر بمراقبة العمليات المالية ويسند مهمة النشر والتحرير والمحتوى إلى رئيس التحرير
- 2-قسم السحب والطبع: هذا القسم تحت رقابة مدير السحب والطبع ومهمته البحث عن قراء جدد مع المحافظة على القراء القدماء، ومحاولة إرضاء، وتسند إلى مدير السحب ثلاثة مهام رئيسية أو أقسام وهي: إدارة المشتركين، والمسؤول عن إدارة المشتركين يعمل على زيادة عدد المشتركين.
- 3-مدير مبيعات النسخ: ويعمل في تنسيق مع الموزعين عبر الوطن الباعة بالجملة والتجزئة.
- 4-مدير متابعة العمليات: هذا القسم يخضع لرقابة وإدارة مدير الإشهار، ويقوم هذا القسم ببيع أماكن صغيرة للمعلنين، الترويج، وضع خطط للبيع ودراسة الجمهور.
- 5-قسم الإنتاج: هذا القسم يقوم بالطبع والنشر، وتوكل مهمة هذا القسم إلى مسير الإنتاج، الذي يسهر على شراء الورق، وزيارة المطابع، والبحث عن طرق جديدة للطبع والبرجمة.
- 6-قسم التحرير: تسند هذه المهمة إلى رئيس التحرير، أو المحرر المسؤول عن المحتوى العام للجريدة، غير الإشهاري، يسمى أحيانا برئيس التحرير، أو المدير التنفيذي.

(1) Joseph-R.Dominick: The Dynamics of communication Op-at P193.

المبحث الثالث: التكنولوجيات الجديدة وأثرها على الميديا الأمريكية.

لقد كان لكل من جمع الأخبار الإلكترونية «Electronic News gathering» وأخبار الأقمار الصناعية «Satellite News» (SNG) أثر بالغ الأهمية على الصحافة الأمريكية، كذلك لعبت الأمواج الصغيرة (Microwaves) دورا مهما في ذلك، فصار النقل المباشر للأحداث من عين المكان عبر الأقمار الصناعية، يجعل المتفرج في قلب الأحداث، وأصبحت الوسيلة الإعلامية فاعلا في الأحداث كذلك⁽¹⁾. هذا التطور التكنولوجي والنقل المباشر يجعل الصحفي أكثر عرضة للخطر وأحيانا إلى الموت، وذلك لكون الصحفي يكون في معركة الحدث.

فتعتمد طريقة النقل المباشر عبر الأقمار الصناعية، على سيارة مجهزة بأجهزة البث المباشر والمرتبطة بالأقمار الصناعية، فتقوم بنقل الصورة والصوت، وهناك الآن حوالي 250 محطة مرتبطة بنظام الأقمار الصناعية، وهي مهيمنة في أسواق الإعلام.

كما أنها قادرة على تغطية الأحداث المحلية والعالمية.

وعادة ما تقوم المحطات المحلية بتغطية الحدث ثم تقوم بإرساله إلى المحطة الرئيسية وطبعا عبر الأقمار الصناعية مثل CNN.

الحاسوب كمساعد:

لقد كان جهاز الحاسوب مجرد وسيلة كتابة عوض عن الآلة الرقاقة، ثم تحول إلى مساعد فعلي للصحفيين في تحليل البيانات، وإسترجاع التقارير السابقة، كما تستطيع تخزين المعطيات والمعلومات، ويستعملها الصحفي وقت ما شاء، بما يسمى جهاز الحاسوب لمساعد الصحفي (C.A.R.) (Computer-Assisted-Reporting) فمثلا محطة تلفزيون ولاية متيوليس W.C.CO-TV أعدت تقريرا على فضائح الغش في النقاط لدى ثانويات المنطقة، وذلك بالرجوع إلى بيانات الكمبيوتر أو جهاز الحاسوب، الذي كشف بأن أثناء حفل تخرج الطلبة قام طلاب المناطق أو المقاطعات الريفية، وهم مرافقين بالدخول إلى المكاتب وتغيير العلامات، وكذلك كشف نظام (C.A.R.) عن مداخيل الدكتوراة الأطباء في السنة التي قدرت بـ مليون دولار لكل طبيب.

الصحافة على الخط On line :

لقد غير الموقع الذي يسمى "الواب" في مفهوم الصحافة، وأصبح الموقع مصدر آخر للمعلومات والأخبار لكل من التلفزيون، والإذاعة والجريدة، والمجلة، كما أن كل الجرائد سارعت إلى وضع موقعا لها على الأنترنت، حيث قدرت عدد الصحف على الأنترنت بـ (أل 1000) جريدة على الشبكة، وتقدم خدمة On line. كما لم تتأخر المحطات التلفزيونية على الولوج في عالم "الواب"، فمثلا محطة «CNN» أنشأت موقعا لها بجميع اللغات، الذي يصل عدد زائريه إلى ثلاثة ملايين في اليوم.

(1) Joseph-R- Dominik : The dynamics mass of communication Op-at P368.

كذلك محطة (MS.N.B.C) حذت نفس خطوات C.N.N. وغيرها من المحطات الأخرى. كما أن هذه الجرائد تجلب فوائد من موقعها على الأنترنت، من غير الإشهار على الشبكة، تغرم زائريها بعض النقود للولوج إلى بعض المواضيع المهمة، ومثال على ذلك The Wall Street Journal. إلا أنه أغلب الجرائد والمجلات، ليس لها عائدات من مواقعها على الأنترنت، بل تخسر من مقروئها وتراجع، من جراء قراءتها على الموقع، ولكن الفائدة هي تجاوز عقد الصحافة التقليدية. إلا أن الجرائد والمحطات الإذاعية، والتلفزيون، إستمرت في تطوير أدائها على المواقع، بالإضافة الروابط وحق الطبع وإرسال المقال والتعليق عليه، وكذلك الأرشيف الذي يجد فيه الباحث ما يريد.

أهمية الصحافة على الخط⁽¹⁾:

لا شك بان الصحافة على الخط لها أهمية جيدة، مثلاً قضت على فكرة الآجال المحدد: أي يستطيع القارئ مراجعة البرنامج أو الحصة أو المقال، وهو متأخر على الوقت المحدد أو الآجال المحدد لهذه الحصة، كإصدارات الصباح، ليستطيع مراجعتها في الليل والعكس، برامج الليل المتأخرة، يراجعها في اليوم وقت ما شاء أو وقت ما تتسنى له ذلك.

كذلك خدمات الخط : توفر الذاكرة، لأنها تؤرشف في بطريقة ذكية وسريعة جدا تساعد القارئ والباحث عن البحث عن أي وقت، بدلا من الطريقة التقليدية التي تعتمد على أرشفة المجلة أو الأشرطة، افرض أنك تريد الرجوع للبحث عن قصة أو برنامج قد مر عليه 20 سنة، فإن خدمات الخط توفره في ثانية.

نهيك عن تقديم الرسومات والجداويل، فمثلا أنشأت جريدة «Chigago Tribune» رسومات بيانية على الموقع ليتسنى لهم كيفية دفع الضرائب السنوية أي ضريبة الدخل، كما فتحت مجلة «Word» رسومات بيانية على الجرائم والمجرمين وسمته بالعيون الشاهدة، عن طريق مساهمة القراء والشرطة ووفرت بعض الجرائد غرف الدردشة، والملتقيات الافتراضية التي تعطي للقارئ منبر حر ومباشر تتفاعل فيه الأفكار والآراء. وخلقنا فضاء آخر للذين عزفوا عن القراءة ومشاهدة التلفاز وإدماجهم على الأنترنت.

الثورة الرقمية في تاريخ التلفزيون الأمريكي:

لقد احدث التلفزيون الرقمي ثورة وتأثير بالغين الأهمية على التلفزيون الصناعي, وكذلك على الجمهور على حد سواء.

بداية في الحصول على طبق الاستقبال الرقمي، لقد كانت أطباق الاستقبال في بدايتها 3.000 إلى 5.000 دولار، وهكذا حقق مدا خيل معتبرة، إلا أن هذه الأسعار شهدت هبوطا في اقتناء الصحون وأجهزة الاستقبال، لأن الجمهور احتفظ بالصحون، وراح يجري وراء شراء جهاز الاستقبال "Démo" هذا على مستوى المستهلك.

(1) Rather, Dan The camera never blinks twice new york Morrow 1994 P60.

أما من حيث المحطات والشبكات, فقد كلفها التحول من العادي إلى الرقمي أرقام خيالية, لكي تتكيف مع الواقع وتحتفظ بمكانتها في الأسواق, وتحتفظ بجمهورها, حيث كلف المحطة الواحدة بين 8 إلى 10 مليون دولار لشراء الأجهزة الرقمية.

أما الشبكات فبلغت تكاليفها مئات الآلاف من الدولارات حتى تواكب الرقمي.

وللعلم فإن النظام الرقمي يمكن غرفة صغيرة تستعمل لعدة أنشطة وبصورة عالية تسمى البث التمييزي High definition TV (H.D. TV)

ثم إن انتقال الشبكة من العادي إلى الرقمي, يكلفها بلايين الدولارات بدون ضمانات بأن الجمهور سيهرعون إلى الشبكة الرقمية أو حتى البث الرقمي العادي الذي يسمى Standard digital.Tv (S.D.TV) لا يحتوي على قوة عالية من (H.D .TV) حيث تصل المحطة الواحدة من البث ثلاثة برامج أو أربعة في وقت واحد يمكن استدعاءها بالتحكم عن بعد، وهذا النوع يصلح فقط للمحطات المحلية.

إلا أن عائدات الإشهار طورت هذه القنوات التي اعتمدت على النظام (S.D.TV) ومنها من يستعمل (SDTV) في النهار يتم التحول في الليل إلى نظام (HDTV)

كما أن بعض القنوات تعتمد في بعض الساعات على نظام SDTV وبقية الساعات تبث فقط البريد الإلكتروني, وتوفير الولوج إلى الإنترنت.

كذلك أهم ما ميز التلفزيون الرقمي هو التزاوج الذي حدث بين التلفزيون وجهاز الحاسوب الذي قدم خدمة تقنية عالية إلى التلفزيون، فأغلب القنوات الرقمية يمكن استقبالها على جهاز الحاسوب أي نقل الصورة والصوت, التي تسمى بالوسائط المتعددة، وكذلك نلاحظ على الواقع (الواب)

لقد ذهبت أغلب القنوات والمحطات على النظام الرقمي إلى غاية 2006 إلى العالم الرقمي, وصار 85% بالمائة من الجمهور يتلقى البث عن طريق القنوات الرقمية.

الفصل الثاني: تطور الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث الأول: الإذاعة.

انضم الراديو إلى قائمة الأبحاث العجيبة، كالتلفزيون والتلغراف، واستطاع لفت أنظار الجمهور، انطلاقاً من كون الجمهور يحب الإطلاع، وحب توصيل الرسائل إلى الناس، وأنشأ الهاوي Conrad Frank الذي أسس موقع للإذاعة في مرآبه، وامضى نهاية أسبوعه في التسجيل، التقارير، والموسيقى الأنيبة وتسمى هذه الفترة، Honer's département Store وأخذت هذه العملية الإشهار من الجرائد، حيث وفرت ما يعادل عشرة دولارات لمشتريها، وهنا بدأت تظهر Westing house كفرصة سانحة، وبدأت الشركة على تشجيع المستمعين في استقبال الإشهار المجاني، و في 20 نوفمبر 1920 بث البث الإذاعي للاسم الجديد K.D.K.A على أمواج 100 واط.

ومع بداية الإذاعة (المذياع فيه أقل وقت استطاع، الوصول إلى نصف مليون في سنة 1924 وفي سنة 1925، بيع مليوني وحدة مذياع، وفعلاً بدأت البث الفعلي للإذاعة 1921، وظهر شركة "General E" 1922⁽¹⁾.

كما ساعد الإشهار الإذاعة Gimbl's department store، التي ساعدت على تثبيت الهوائيات التي تساعد على التقاط أمواج الراديو، وبيع البطاريات والهوائيات بأسعار منخفضة، استطاعت أن تساعد على انتشار المذياع بشكل مذهل، حيث باعت Gimbl's department store 5300 جهاز استقبال في نفس اليوم. ولكن كان دائم عائق السمع، لأن البطارية كانت كبيرة وبالتالي تعرقل السمع الجيد، وكل فرد يسمع وحده باستعمال السماع لكن في سنة 1926 حلت المشكلة، وأصبحت العائلة تجتمع في البيت الكبير لاستقبال والاستماع للراديو على بعد مسافة بعيدة، كما ساعد البيع بالتجزئة للجمهور، فمثلاً ما بين 1925 إلى 1930 بيعت 17 بليون وحدة راديو استقبال، وكلفة الواحدة 80 دولار.

الراديو يخطو نحو عالم التجارة:

سارعت الشركات المهتمة إلى شراء المحطات الإذاعية ومن بين هذه الشركات :

Sears, Poly glat of organizations، فمثلاً محطة W.L.S في مدينة شيكاغو والتي أمتلكت من طرف Sears, Roebuck (World, S largest store) ومحطة W.G.N من طرف شركة Chicago Tribune وهي من الشركات العملاقة في عالم الصحافة، و W.S.M في ناشفال Nashville من طرف الشركة الوطنية للتأمين على الحياة، ومحطة W.H.B في مدينة من كاسناس من طرف شركة (2) The sweeney Automotive and electrical school، مع العلم أن في بداية 1925 تكلف 3.000 دولار لتأسيس

(1) Adams, Micheal, Introction to radio, WF: Brawn Benchemark 1995 page 133.

(2) Dinitoo vincent : the remaking Radio newton Ma: Focal Press, 995, P38.

محطة إذاعية وبعض التكاليف تقدر 2000 دولار سنويا، ومع بداية 1927 من أكبر المحطات دفعت 350.000 دولار للبقاء على البث على الهواء لأن التكاليف زادت، ولذلك فكرت المؤسسات في اشتراك المستمعين. كما اخترعوا طريقة أخرى وهي وضع علب في الشوارع لطلب المساهمة من الناس العاديين، ثم لجأوا كذلك إلى طريقة الضرائب عند اقتناء الجهاز.

وهنا وصل الأمر إلى الطريق المسدود أمام المحطات الإذاعية، فكانت فرصة لشركات الهاتف لتحل المشكل. ذلك عندما كانت شركة At&t تعاني، كانت قد وضعت قانون على المكالمات الهاتفية، وهي وضع تخفيض على المكالمات الدولية، وأمواج الراديو تعبر من المكالمات الدولية. وكذلك الاعتماد على الإشهار.

ومن جهة أخرى كذلك التعاون بين المحطات الإذاعية في إنتاج برنامج واحد وبته مشترك في نفس المحطات، وهذا قلل من تكاليف الإنتاج، وهذا العمل هو الذي أصبح يسمى الشبكة. Net Work وهذا ساعد على الوصول إلى الناس أكثر، مما جذب أكثر من الإشهار وكان أول ظهور⁽¹⁾ لهذه الشبكات هو شبكة N.B.C سنة 1926 وفي الحقيقة N.B.C جاءت من شركة R.C.A والثاني عندما اشترت " At&t " R.C.A وذلك في إطار بداية تخلي شركات الهاتف عن تدخلها في البث الإذاعي، وأقرت خيوطها لهذه الشركات وكانت شبكة N.B.C تسمى الشبكة الزرقاء والحمراء.

وكانت برامج هذه المحطات في البداية ما يقارب 51 ساعة في الأسبوع مخصصة للموسيقى والباقي الآخر للحصص المختلفة.

وفي سنة 1928 أسس كل من clares و freeman برنامج يسمى Amos N Andy وكان من أروع البرامج في ذلك الوقت، وكان يبث على شبكة N B C وبعد ذلك ظهرت محطة أخرى تسمى united independent broadcasting يرمز لها ب U.I.B ولكنها بدأت تعاني ماليا، مما اختلطت مع الشركة كولومبيا للتسجيلات والفنوغرافيا وذلك في سنة 1927 وأصبحت تسمى الشركة الجديدة، بالشركة الكولومبية للبث النظامي C.B.S وأصبحت مملوكة من طرف عائلة paley مع العلم أن هذه العائلة كانت تملك شركة Congress cigar company التي كانت أول شركة معلنة مع شركة U.I.B. وكان السيد William.S. Paley في سنة 1927 أول رئيس شركة C.B.S. وهنا ظهر عصر الانتساب للشركة.

حيث ظهرت مع مطلع 1927 فيه قائمة المحطات الانتساب للشركة الأم N.B.C، 28 محطة إذاعية، بعد عشر سنوات ازداد عدد المحطات المنتسبة إلى N.B.C إلى 111 محطة، حينما وصل الإشهار إلى 27 مليون دولار للمحطة الواحدة وأظهرت N.B.C فوائدها التي قدرت ب 2.1 مليون دولار وسحبت C.B.S مليون دولار كدخل لها.

(1) Adames, Micheal. Indroduvtion ti Radio : IBID P150.

الدعم الحكومي وسن القوانين⁽¹⁾:

أهم منعرج في حياة تطور الراديو هو اهتمام الحكومة الفدرالية بهذا المجال، ففي سنة 1912 أمضى الكونغرس على قانون الإذاعة والذي أجاز لوزير التجارة بإصدار شهادة البث الإذاعي للأشخاص، وتحديد موجات البث، ولم يعتبر الكونغرس آنذاك بأن الإذاعة مجال بث وهو وسيلة اتصال لا أكثر.

لكن مع مطلع 1920 ازداد عدد المحطات الإذاعية، مما أصبح فعلا يشكل قضية العصر آنذاك. وسعت هذه المحطات إلى تغيير عامل الوقت الذي كان مرخصا لها، في القانون، وتجاهلت ما جاء به القانون الأول، وفعلا أصدرت المحكمة قانونا أو قرار ينقص من صلاحيات وزير التجارة في هذا الميدان، وأدركت الحكومة أنه يجب أن يكون هناك قانون خاص بالإذاعة بعيدا عن التجارة.

أقر الكونغرس قانون الإذاعة في سنة 1927 وسمى هذا القانون بهيئة الإذاعة الفيدرالية (الهيئة الفيدرالية للإذاعة) (F.R.C) هذه الهيئة مهمتها تنظيم الإذاعة وإصلاح الأخطاء القديمة.

ونتيجة عن إنشاء هذه الهيئة تنامي الإذاعات وإصلاح القنوات التي تبث على A.M وكذلك زاد الإشهار من 40.5 مليون دولار سنة 1930 إلى 112.6 مليون سنة 1935، كذلك زاد عدد المستمعين والجمهور من 12 مليون بيت يملك المذياع في سنة 1930 إلى 46% من مجموع سكان الولايات المتحدة الأمريكية، يملكون جهاز استقبال للإذاعة، وزاد عدد السيارات التي تملك جهاز راديو إلى نسبة 07 ملايين ومع تنامي ظاهرة الموسيقى عبر الأمواج، وزيادة مدا خيل الإشهار، وزيادة المؤلفين، وأصبح هناك تناحس، أراد الرئيس الأمريكي آنذاك " روزفلت " أن يضع أكثر تنظيم، فاقترح على الكونغرس قانونا لذلك، وأجاز الكونغرس هذا القانون سنة 1934 الذي أصبح يعرف فيما بعد بقانون الاتصال وأصبحت تسمى الهيئة الفدرالية للاتصال التي تتكون من سبعة أعضاء، وهي أن تكون أكثر نشاط لكنها تطابق قانون الإذاعة سنة 1927.

ميلاد الأمواج المترددة F.M⁽²⁾:

في مطلع 1930، أخبر Edwin Heurard Amstronم أصدقائه بالاختراع الجديد للأمواج المترددة F.M، وأهم صديق له هو David Sarnoff، الذي كان رئيس R.C.A في هذا الوقت الذي كان مشتغلا فيه بتطوير التلفزيون.

فالسيد Amstronجر ب البث على الأمواج المترددة، بنفسه ثم باعها سنة 1940، لتصبح في متناول الجمهور.

(1) Bamouw Erik atower in nable: new York oxford,1966, P 53.

- The golden web new York Oxford, 1968, P 34.
- The Image Empire, New York, Oxford, 1970, P 104.

(2)Joseph - R. Dominick: The dynamics of mass communication Op-at P 182.

وتطورت F.M بشكل واضح مع بداية الحرب العالمية الثانية، وكانت في البداية مخصصة للأخبار ومع تطور الزمن خاصة سنة 1933 ظهرت برامج الفكاهة والخيال، وكان أول ما يسمى بالعرض الذي كانت تبثه قناة شيكاغو W.G.N الذي سمي "lu.n.em"، ومع مطلع الأربعينات كان هناك أربعين برنامج على الهواء. وبدأت المحطات الإذاعية تخصص خمسة أيام في الأسبوع للأخبار فقط، كما غطت الحملات الانتخابية لسنة 1932. وفي سنة 1938 عندما غزا هتلر أوروبا جندت كل من قناة N.B.C و C.B.S ألف (1000) ميث و 200 مقرر ومراسل.

واحتلت السياسة حيزاً مهماً في الإذاعة الأمريكية، وذلك من خلال البرنامج التي كان يث ويروج لسياسة روزفلت، وظهرت الإذاعة بشكل رهيب خلال الحرب العالمية الثانية، حيث تضاعفت مصاريف الإشهار منذ سنة 1940 إلى غاية 1945. لأن التشجيع الذي لقي من طرف الحكومة فيه قطع الضرائب عن الإشهار، كما ساعد كذلك النقص في الصحافة المطبوعة، فتحت المجال أمام المذياع. وفي سنة 1943 قررت المحكمة العليا، إصدار قانونا يقضي بموجبه تقسيم شركة N.B.C إلى عدة شركات أخرى.

فقررت شركة N.B.C أن تبيع القسم الضعيف منها إلى إدوارد نابل " Edward Noble " وسمى شركته الجديدة فيما بعد بالشركة الأمريكية للبث. (A.B.C) ومع نهاية الحرب أصبحت شركته تملك 195 انتساب أي فروع أخرى.

الفترة 1945-1954⁽¹⁾:

في هذه الفترة عرفت التسجيلات الإذاعية والمذياع تحدي كبير هذا التحدي الذي قاد التسجيلات الصناعية أو الصناعة التسجيلية والمذياع إلى تقارب والعمل معاً، لأن ميلاد التلفزيون عرقل التطور للأمواج المتردية "F.M".

بالرغم من أن F.M أحسن من A.M إلا أن F.M يبقى في كفاح لكي يظهر إلى الأعلى من A.M. ومع ظهور التلفزيون 1948 الكثير من الناس اعتقدوا أن التلفزيون سيقضي على المذياع، لأن التلفزيون يحمل الصورة للدراما والفكاهة، لكن عائدات المذياع صعدت بشكل رهيب ما بين 1953-1956 بينما انخفضت عائدات التلفزيون من 97% إلى 50%، ثم تراجع عائدات المذياع بعد سنة 1956، على ما كانت عليه في السابق، وبقيت تحصل إلا على 35 ساعة من الإشهار مع بداية 1960، إلى غاية ظهور D.J سنة 1964، وظهور الأغاني التي جعلت من 40 محطة إذاعية هي الرائدة في الأغاني HIPHOP والراب.

(1) www.NPR.org 2008

مرحلة النمو والاستقرار: 1955-1990⁽¹⁾:

في هذه الفترة بالتحديد، شهدت ميلاد عدة محطات إذاعية متنوعة والتي قدرت ب 30343 محطة منذ 1955 إلى أكثر من 7000 محطة سنة 1970، ساعد على ذلك ما يعرف بالفورمة (TOP40) حيث زاد عدد المستمعين الشباب للاستماع للأغاني، وتسجيلها خاصة تفضيلهم لـ D.J، وأصبح الشباب يتعاملون مع شركات التسجيل عن طريق المذيع، حتى ظهرت ما يسمى " payola " ورغم الفضائح التي تلقتها هذه الإذاعات إلا أن المذيع واصل تطوره المذهل ومدا خيله تضاعفت حتى وصلت بالبلايين في سنة 1970، وفي سنة 1968 تخصصت شركة A.B.C في أربعة خدمات:، contemporary و، Entertainment International، وخدمة FM مع وصولها إلى 1300 شبكة تنتسب إليها.

ولعل أكبر تطور استعجالي في عهد المذيع منذ 1970 إلى 1980 هو تطور خدمات F.M، حيث زادت مبيعات شركات F.M، وزاد عدد المستمعين لها.

وأصبح مستعمي A.M صعب عليهم الوصول إليها، وزادت التسهيلات في الحصول على شهادات F.M⁽²⁾

وفي سنة 1965 الهيئة الفدرالية للاتصالات، أصدرت قانون يقضي بموجبه حماية A.M من F.M. مع زيادة استعمال التكنولوجيات العالية، واعتماد F.M على أغاني الروك جعلها تتضاعف إلى ثلاثة مرات أي المحطات الإذاعية من النوع F.M. وفي مطلع 1976 تغلغت F.M في أوساط السود، فارتفعت مدا خيلها إلى 21.2 مليون دولار، ففي سنة 1990، حصدت F.M 70% من المستمعين، وحصلت A.M على 30%، وعلى هذا الأساس قررت A.M، أن تعيد النظر في إستراتيجيتها لكن عدد استوديوها تم تقلص بكثير.

ففي الوقت الذي زادت الأغاني الشعبية والريفية نجاحا باهرا لدى البالغين، تخصصت A.M في المواضيع الإخبارية، والدينية، وتركت المجال مفتوحا أمام F.M⁽³⁾، فاجتاحت كل شيء. كذلك في بداية التسعينات ظهرت إذاعات أخرى وهي إذاعات غير تجارية تسمى: الإذاعة الوطنية العمومية، National Public Radio، وانطلقت هذه الأخيرة ب 80 قناة، وبعد خمسة سنوات، تضاعفت إلى نصف، خاصة 1980، وصلت إلى جمهور قدر بخمسة ملايين مستمع، اشتهرت ببرامجها كبرنامج Morning, All things considered, Edition وهاته الأخيرة اختارت الأمواج F.M.

إلا أن مطلع التسعينيات كان صعبا جدا لبعض المحطات الإذاعية أن تبقى في السوق، نتيجة تنامي مدا خيل الإشارات لبعض المحطات الكبرى، وكذا الجرائد المكتوبة وخاصة ذات الصدور المحلي، فمثلا ما بين 1990 إلى 1994 كان هناك ما يزيد عن 400 محطة قد أغلقت، مما خلف بعض الصعوبات المالية لدى الهيئة الفدرالية

(1) www.woodradio.com 2008.

(2) www.user.aol.com

(3) Keith, Micheal, and Joseph Krause; The Radio station . Boston Focal Press, 1989 P 34.

للاتصالات (F.C.C) وجعلت هذه الهيئة تدخل بعض التعديلات حتى تساهم في زيادة انتشار المحطات الإذاعية، وكان من بين القوانين هو السماح للشركة الواحدة بأن تكون في سوق الاتصالات بأربعة عناوين، أي بأربعة محطات وتحت علامة تجارية واحدة. مما نتج عن هذا القانون شراء بعض الشركات لعدة محطات على شكل مجموعات، وبعد ذلك كان الكونغرس قد مرر قانون الاتصال سنة 1996.

هذا القانون الذي ساهم وسهل البيع والشراء لدى المحطات، مما نتج عنه بيع عدة محطات في نفس السنة، سجلت خلال سنة 1996، 14.9 بليون دولار في مبيعات المحطات الإذاعية.

وزادت تجارة الإذاعات وظل هذا القانون، لأن الشركات بدأت تتمركز في شكل تكتل. وزاد الإقبال على الموسيقى والحصص الإذاعية خاصة على أمواج F.M وخاصة مع الظهور الرقمي، والأغاني المسجلة في الأقراص المضغوطة (C.D) مما أخلط أوراق كل من F.M و A.M حتى تتأقلم مع المعطيات الجديدة يجب أن تشتري معدات جديدة وفي نفس الوقت ظهرت عدة محطات إذاعية، على الإنترنت مما أخذت نوعاً آخر من التحدي للقنوات الكبيرة.

اقتصاد الإذاعة والمذياع⁽¹⁾:

منذ ظهور الإذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية. كانت مدا خيلها غير معروفة، لكن في مطلع 1997 وصلت مدا خيل صناعة الإذاعة إلى 13.6 بليون دولار أمريكي وهي قفزة نوعية تقدر ب 43% منذ سنة 1990.

هذه المداخيل أغلبها من الموسيقى والإشهار. إلا أن تنزيل الموسيقى من بعض الشركات عبر الإنترنت كان له تأثير بالغ الأهمية على مدا خيل الإذاعة.

كما ذكرنا بأن مدا خيل الإذاعة تأتي من بيع الإذاعة حصص الإشهار، لأن ثمن تسعيرة الإشهار يقدر بالملايير في بعض المدن الكبيرة. وعلى العموم يمكن لنا أن نصنف مصادر التمويل من ثلاثة أصناف: تحصل من الشبكات الشركات على فضاء اشهاري أو نقاط إشهار في بعض الحصص أو على مدار الحصص، بحصص ثابتة أو بعد كل فاصل.

تبيع القنوات أوقات للإعلانات الوطنية، وأحياناً تكون موجهة لجمهور أو منطقة معينة وهذا يسمى (National Spot Advertising).

وهناك إشهار يأتي من الشركات المحلية التي تريد الوصول إلى المستهلكين في أقرب وقت. فمثلاً سنة 1996 بلغ عدد مدا خيل الإذاعة من كل دولار من المداخيل كالتالي: الشبكة: 5 سانس.

(1) Joseph Staubhaar and Robert Larose, The media new Understanding media, culture, and Technology Thomson Wadsworth 2006, P170.

National spot: 16 سانس.

من المحلي: 79% سانس.

مصاريف الإذاعة⁽¹⁾:

تنقسم مصاريف الإذاعة إلى ستة:

1- الجانب التقني: ويتمثل في اقتناء الأجهزة، وصيانتها، وتبديلها بالجديد، وكذا المهندسين، والتقنيين الساهرين على هذا القسم.

2- البرمجة: ويدخل في هذا الجانب التسجيلات وشراء حق التأليف للموسيقين.

3- المبيعات: أي دفع مستحقات طاقم المبيعات.

4- الإدارة العامة: بمعنى دفع حق التسيير الإداري والإقامة، وإنشاء التجهيزات الإدارية والمكتبية، وقدرت مصاريف الإذاعة أي في مجال الإدارة ب 40% من مجموع المصاريف، والبرمجة ب 20% والأخبار والإشهار وقدرت ب 5%.

5- الإشهار: كما سلف الذكر مصاريف الإشهار في بداية الانطلاق، وشراء بعض الفضاءات لزيادة سمعة القناة.

6- الأخبار: وهي مصاريف التنقل، والوكالات وكذا المراسلين.

الإذاعات غير الربحية:

هذه الإذاعات هي إذاعات غير ربحية ولا تهدف إلى مصلحة خاصة تأسست مع مطلع 1920، وتأسست عن طريق المؤسسات التعليمية وفي سنة 1945 أي سنة مجيء (F.M) أعطت الهيئة الفدرالية للاتصالات (F.C.C) حق الامتياز لهذه الإذاعات في زيادة موجات البث على (F.M) من أجل تطوير البث التعليمي، كما ساعد هذا القانون أو الامتياز من رفع زيادة الإذاعات حتى وصلت إلى 1650 قناة أو إذاعة مع مطلع سنة 1994.

وهذه القنوات هي مملوكة للمؤسسات التعليمية وأحياناً من طرف المؤسسات الخيرية الخاصة، وتأتي مصاريفها من المؤسسات الوقفية وكذا عائدات الضرائب. وكذا المنح من الحكومة الفدرالية، بالإضافة إلى تبرعات المستمعين.

وهذه الإذاعات تدخل تحت غطاء مؤسسين هما:

- الإذاعة الوطنية العمومية: (N.P.R) National Public Radio.
- الإذاعة الدولية العمومية: (I.P.R) Public Radio International.

(1) Ditingo, Vincent, The Remaking of Radio, Newton: Ibid, P 145.

وتأسست الإذاعة الوطنية العمومية سنة 1970 وتدخل تحتها مايربو عن 530 قناة محلية، عبر الولايات المتحدة الأمريكية، كما تلقي الإعانات (من المؤسسة العمومية للبث) (C.P.B) وهي مؤسسة غير ربحية أسسها الكونغرس، وتبث (N.B.R) من المحطة الأم، ثم تسمح بإعادة بث بعض الحصص.

الإذاعات عبر الخط (الإنترنت)⁽¹⁾:

لقد اغتنمت الفرصة الإذاعات الأمريكية، لتصبح تقدم خدماتها على الإنترنت، بتقديم عروضها، وكذا الموسيقى، وذلك عن طريق إقامة الواب أو خدمات الواب.

كما أن هذه الإذاعات وجدت حرية أكثر من قوانين (F.C.C)، وذلك من خلال فرصة الإنترنت.

تنظيم صناعة المذياع:

أنواع المحطات الإذاعية

لقد أصبح عدد العاملين في حقل الإذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية، أكثر من نصف مليون موظف مما يعادل لكل إذاعتين لشخص واحد، وهناك 12.000 محطة إذاعية في الحقل الإعلامي فإذا قمنا بعملية حسابية هناك 25 ساعة في الأسبوع يستمع فيها المستمعون إلى الإذاعة، وأقل من 05 خمسة ساعات هي لمشاهدة التلفزيون.

وهذا الفضل يعود طبعاً للهيئة الفدرالية للاتصالات (F.C.C) التي ضاعفت عدد المحطات بفضل الفلسفة التي انتهجتها، حيث قفز عدد الإذاعات من 6.900 في سنة 1970 إلى 12.100 سنة 1997 في نسبة مئوية تقدر ب 75% وهذا يعود أيضاً لطبيعة البرامج، والتكنولوجية المستعملة، والملكية.

المحطات المحلية:

لقد فتحت هذه المحطات في المدن والقرى عبر الولايات المتحدة الأمريكية، طبقاً للمدن الكبرى يوجد فيها عدة قنوات وهي تملك حصة الأسد من هذه القنوات فمثلاً مدينة نيويورك تحتوي على 95 محطة ومدينة لوس أنجلوس 60 محطة، وفي بعض المدن الصغيرة من واحدة إلى اثنتين⁽²⁾.

فمثلاً مدينة وايت فيش بولاية مونتانا التي يبلغ عدد سكانها 4000 نسمة تملك محطتين، وهي تحصل على برامجها من المحطات الكبرى أو الشبكات الأخرى، وكذا الشركات العريقة.

فهي مرات تبث ما تبثه الشبكات الكبرى، ولكن في أوقات مختلفة تسمى هذه العملية Syndicated أياًلقايبية، وأغلب هذه المحطات تبث عبر الأقمار الصناعية، مع التسجيل لبعض الحصص وإعادة بثها، ولكن الأخبار عن طريق الشبكات هي أحسن عمل إخباري قبل دخول التلفزيون إلى هذا المجال.

(1)Ditingo, Vincent, The Remaking of Radio, Newton: Ibid, P 195.

(2) المحلية الأمريكية للصحافة الإلكترونية.

ومما ميز إذاعة الشبكات هو تقديم الأخبار مع مراعاة المصالح العمومية، وهي تقدمها كذلك إلى المحطات التي تنتمي إليها.

وهكذا تقلص عدد الشبكات إلى 15 شبكة في سنة 1997، وصل إلى 04 شبكات في سنة 1998، منها A.B.C التي تقدر ب 45% من الجمهور، وكذلك West Wood ب 35% C.B.S ب 5% من الجمهور، و Amancan urban Radio Net Work ب 5%.

كما اعتمدت كل من C.B.S و A.B.C على التخصص في توزيع الأخبار على المحطات التابعة لها وتزويدهم بمعلقين كبار على الأخبار وهذا ما كان سائدا في سنة 1990 هو بث الأخبار والتعليق عليها، وانتهجت نهج البث على مدار 24 ساعة وتسجيل الموسيقى لمشتركيها. وأمام تنامي هذه الشبكات، جعل المحطات المحلية تتراجع في الإشهار الذي قدر ب 5%. في الوقت الذي تزعمت فيه الشبكات الكبرى، كذلك دعمت الشبكات ذات الطابع النقابي "Syndicated"، ويلاحظ خبراء الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية بأنها عرفت فترتها الذهبية خلال التسعينات.

فمثلا: البرنامج أو العرض الذي كان يعده " راش لميو " كان يبث على 650 محطة في سنة 1997، الدكتورة " لورا " التي كان يبث برنامجها على 400 محطة، بالإضافة إلى أغاني " Elvis " الفيس بريسلي، إن الصراع بين F.M و A.M لم ينته، لقد كان هناك الكثير من المستمعين غادروا استماع إلى A.M ولجأوا إلى F.M، فمثلا سنة 1997 ثلاثة أرباع مالوا إلى محطات F.M، وبقيت فقط المحطات الكبرى من A.M التي صعدت في الأفق وبقيت قوية، ومثال على ذلك: محطة (W.G.N) في مدينة شيكاغو، ومحطة (K.G.O) في مدينة سان فرانسيسكو ومحطة W.I.R في مدينة ديترويت، ومحطة W.R.K.O في مدينة بوسطن أي هذه المحطات التي هيمنت كانت تبث على 50.000 واط.

بالرغم من أن A.M سيطرت بقوتها العالية الآن، F.M لا تستطيع الانتشار عبر المعمورة لكن الصوت واضح جدا يستطيع أي إنسان التقاطها، دون عوائق الرعد أو البرق مثلا، وباختصار رداءة الأحوال الجوية. كما أن قنوات F.M، منظمة في شكل عمودي، فمثلا هناك F.M/C أو صنف س (C) وهي ذات الترددات القوية، وتعمل ب 100.000 واط، أما الصنف B والصنف A هي المحطات الأقل قوة.

الموسيقى والإذاعة⁽¹⁾:

مع بداية التسعينات كانت أغلب الموسيقى المسيطرة على القنوات الإذاعية، هي الموسيقى التي استلهمت أكبر شريحة من المستمعين البالغين وقدرت نسبها ب 15% من الوقت المستمع، وتم تأتي بعدها أغاني الريف أو الجبل ب 11% وهذه الموسيقى أغلبها تذاق عن طريق F.M، وقليل على أمواج A.M، ومن الأغاني التي كانت

(1) مرجع سابق، عن المجلة الأمريكية للصحافة الإلكترونية.

تم الكبار هي: أغاني الروك، والسوفت روك، والأغاني القديمة التي قدرت ب 80% و 20% من أغاني الروك،
أغاني السوفت

أو الحقيقية التي كانت تسيطر في السبعينات إلى غاية الثمانينات. أما الآن فإن القنوات الإذاعية، أصبحت تقدم الخدمة الكاملة وهي الرياضة والموسيقى، والأحوال الجوية، D.J، هذا كله سيطر على إذاعات الكبار الحالية: A.C. وعلى العموم فإن الإذاعات من نوع (C.H.R) أي Contemporary Hit Radio التي أصبحت تسمى قمة الأربعين؛ أي قناة الأربعين في قمة القنوات، فإنها فقدت الكثير من المستمعين، ومال الجمهور إلى قنوات A.C، بعدما سيطرت (H.R.C) على 25 سنة كاملة. وبالنظر إلى محطات الكونترتي (الريف) Country فإنها تنقسم إلى قسمين، هناك محطات تبث الأغاني التقليدية فقط للأفراد سواء المسجلة أو الحية، وقنوات تذيع الأغاني.

الريفية العصرية، وتخللها بعض النشاطات كالأحوال الجوية، وبقية الأخبار، وجمهور الكونترتي هو من 35 إلى 55 سنة.

أما القنوات ذات النوع: The middle of the road (M.O.R)، إن هذا الشكل في نوعيه، فهي تتجنب الروك، والكلاسيك، فهي تعتمد على الموسيقى الحالية، وأحيانا الموسيقى Soft Rock، وتعتمد أحيانا على D.J في الصباح والمساء، لأن زبائنهم أو جمهورها يحتاج إلى نوع من الموسيقى الخفيفة أثناء السابعة، سواء في الصباح أو المساء. وتتراوح أعمار الذين يهتمون لهذا النوع من الإذاعات من 25 إلى 45 سنة.

كما أن شكل آخر في الإذاعات التي سيطرت على الأعوام التي مضت من قليل، تسمى " Verban contemporary" والروك العصري، وهذا النوع من القنوات مختص في أغاني الراب والرقص خاصة عند فئة السود والإسبانيين أي المكسيك. وتتراوح أعمار جمهور هذا النوع من القنوات من 18 إلى 35 سنة.

إذاعات العرق(1):

هذا النوع من القنوات يهدف إلى جمهور معين، إما عرقيا أو من نفس الجنسية، والوطن وبلغ عدد هذا الشكل من المحطات 175 محطة، جمهور السود في الولايات المتحدة الأمريكية و260 محطة تخدم الجالية الإسبانية، وتقوم هذه القنوات بخدمة الموسيقى، وكذا الأخبار المتنوعة. وعدة برامج متنوعة تهدف إلى مصلحة جمهورها، إلى جانب هذا هناك 60 محطة أخرى في خدمة عرقيات وجاليات أخرى متنوعة، كالألمانيين والبولنديين، والإيطاليين، الفرنسيين، الإيرلنديين، واليونانيين.

(1)مرجع سابق، عن المجلة الأمريكية للصحافة الإلكترونية.

الإذاعات المختلطة: Homogenization

وهذه المحطات الإذاعية، المختلطة تتواجد في أكبر الأسواق، وأصغرها على الحد السواء، وكانت أسواق هذه الإذاعات تسميها. "Zoocrew" أي طاقم المنطقة، كما أنها تهتم هذه الإذاعات، بالكلاسيك، وسيطرت في الستينات والسبعينات، إلى غاية الثمانينات، وإلى يومنا هذا التي أصبحت قنوات أو إذاعات الروك (العصري) تسمي نفسها بقوة أو إذاعات "Z" أو "Q". وهي من الشكل السهل التي تعطي عناية لأغاني الحب والعطف، خاصة في الليل، وحتى أحيانا على قنوات A.M التي تخصصت في ما يسمى بالقديم الذهبي⁽¹⁾ وهناك عدة دوافع وراء هذا الاتجاه من هذه القنوات ومنها:

هناك الكثير من الأسواق الكبيرة التي أصبحت مملوكة من طرف أشخاص أو بالأحرى مجموعات، وهؤلاء المجموعات التي تشتغل في سوق واحد، تستطيع أن تستثمر في سوق آخر. أما العامل الثاني وهو عامل ظهور الساتل الذي ساعد على توزيع الموسيقى بشكل رهيب وأصبحت عامة. أما العامل الثالث وهو ظهور ما يعرف بدراسة الجمهور والبحث فيما تحب هذه الجماعات، عن طريق فريق عمل يقوم بفحص الواقع، ويقدمه للإذاعة لتقوم بإنتاج ما يراه مناسباً للجمهور. على العموم فإن ظهور ما يسمى أخبار وأحاديث: لدى الجمهور خاصة أخبار الأحوال الجوية، الرياضة، وحركة المرور، وكذا الحوارات الساخنة، والرأي وغيرها.

الإذاعات العملاقة:

الراديو الوطني العام - National Public Radio (N.P.R)

الراديو الوطني العام NPR هو شبكة الإذاعة العامة للولايات المتحدة الأمريكية، ومقره واشنطن دي سي Washington D.C⁽²⁾ ويوفر الراديو الوطني العام "NPR" أخبار جيدة ومتميزة وبرامج ثقافية لمحطات الإذاعة المحلية العامة، المنتشرة في البلاد وفي عام 1967 أدى قانون الإذاعة العامة إلى تأسيس هيئة الإذاعة العامة CPB Corporation for public broadcasting تأسست بدورها عام 1970، الراديو الوطني العام "NPR" لتوفير البرامج لمحطات الإذاعة الوطنية التعليمية وغير التجارية، وكلها تبث على موجات ال FM، وكان أول برنامج للراديو الوطني هو تغطية حية ومباشرة لمناقشات مجلس الشيوخ الأمريكي حول حرب فيتنام في أبريل 1971 وبعد أسبوعين من ذلك التاريخ بدأ برنامج الأخبار المسائي اليومي في عام 1979، بدأ تقديم البرامج الصباحية وفي أوائل عام 1980 بدأ الراديو الوطني العام "NPR" ببث الروايات الأصلية، والقصص الكلاسيكية، والاحتفالات، وعند تعرضه لعجز بلغ 7 ملايين دولار عام 1983 توقف الراديو الوطني لعام NPR عن بث كل برامجه الإخبارية، وفي العام نفسه جرت إعادة الهيكلة المالية، ثم جاءت منحة هيئة الإذاعة العام C.P.B التي قدمت

(1) www.american.journalism.revieu.org

(2) عن الموسوعة العلمية للسلطان عبد العزيز وزير الدفاع السعودي مقاتل من الصحراء

www.Almoquatel.org 01/012008.

مباشرة إلى المحطات التابعة للراديو الوطني العام C.P.R واستخدمت في تمويل برامج الشبكة وبحلول عام 1995 قدمت بعض الهيئات من المؤسسات وهدايا الأفراد والمنح وفورت تمويلًا أساسيًا للراديو الوطني العام C.P.R يأتي 40% من ميزانيته من الحكومة أو من مصادر حكومية أخرى، وحوالي 60% يأتي من رسوم المحطات التابعة، أو الفرعية إضافة إلى رسوم برنامجين من برامجها، هما برنامج "كل شيء يأخذه في الحسبان" All Thing Considerods وبرنامج الإصدار الصباحي "edition Morning" ويث الراديو الوطني N.P.R برامج معروفة مثل برنامج في الهواء الطلق النقي fresh Air وعبارة عن مقابلات مع الناس، وبرنامج حديث الناس Talk of Nation، وفيه أيضا مقابلات واتصالات من المستمعين والبرنامج الأسبوعي "Car Talk" حديث السيارة وبرنامج لاتينوي واس إيه latino U.S.A ويختص بالشؤون البيئية والحياة على كوكب الأرض، وعدد من البرامج الأخرى، كما يغطي الراديو الوطني العام المناسبات الخاصة، مباشرة بالأخبار، مثل جلسات الكونغرس، الرئاسة التي يتحدث فيها رئيس الولايات المتحدة الأمريكية، وخطابات الرئيس الأمريكي، كذلك في عام 1993 بدأ الراديو العام الوطني N.P.R البث عبر الأقمار الصناعية نحو أوروبا وله أكثر من 500 محطة فرعية إلى غاية منتصف التسعينات.

كما أن شبكات الراديو العامة المنفصلة مثل ياسيفيكا، والراديو العام العالمي، "PRI" توزع البرامج على محطات الإذاعة العامة.

المبحث الثاني: التلفزيون.

نبذة تاريخية:

مع نهاية العشرينات، كان هناك عدة باحثين عاكفين على حل مشكلة الصورة والصوت، ومنهم العالمان: Vladimir Zworkin, Philo Farns Worth، اللذان يعملان كشخص واحد، للوصول إلى الحل النهائي، هو إضافة الصوت إلى الصورة.

فمثلا Zworkin كان يعمل في الإذاعة، وبالضبط في شركة " Westing House"⁽¹⁾، ثم عمل في (R.C.A)، ففي سنة 1928 توصل إلى نقل الصورة على الشاشة في شكل آلة تصوير، فيه أول صورة له مأخوذة من اليونان. في الوقت الذي كان صديقه Farns Worth يبحث في الإليكترونات التي ستوصله إلى نقل الصورة مع الصوت. وفعلا جسد فكرته التي تمثلت في إيجاد النسق الذي يعمل به التلفزيون الحالي. الذي عرف ميلاده في سنة 1930.

إلا أن الصورة في بداية ظهور التلفزيون كانت رديئة وضعيفة جدا، ولكن من الجانب التقني الذي كان في ذلك الوقت، تبين أن الصورة يمكن أن تتحسن أكثر مع مرور الوقت. مع العمل المستمر للعالمين السالفين الذكر، أصبحت شركة N.B.C مملوكة من طرف شركة (R.C.A) لأن (R.C.A) حملت على عاتقها تطوير هذه الوسيلة الجديدة، وهي التلفزيون بقيادة مسيرة Vladimir Zworkin. وفي مطلع 1939 خرج التلفاز إلى الملأ، حيث بثت شركة " New York World Fair " ساعتين بانتظام.

وبعد ذلك مباشرة باشرت R.C.A وضع جهاز يبلغ 5 إنش في شاشة مع جهاز استقبال، كالمذياع في بداية ظهوره.

إلا أن التلفزيون كان ينظر إليه كلعبة لا يمكن أن يصدقها أحد ولا أحد كان يصدق بأن هذا الصندوق سيصبح وسيلة ذات أهمية بالغة.

وواجه التلفزيون في بداية ظهوره عدة عوائق من طرف الهيئة الفدرالية للاتصالات (F.C.C) في وضع القوانين وإجحاف خاصة في مجال علاقة التلفاز بالراديو، وكان ذلك في الحرب العالمية الثانية، ظهرت هناك تكنولوجيات جديدة، خاصة أثناء الحرب. فاستفاد منها التلفزيون كثيرا، وتمثل ذلك في مجيء مادة الشاشة التي تساعد على تحسين الصورة.

والتي تكاد تخلو من الضوء المكثف، وظهر كذلك العمل بالأموال الدقيقة، وكذا ظهور الخيوط التي تربط بين الشبكة والمخطة. وكذلك ظهور الشاشة ذات الحجم الكبير وفي شكل كبير.

(1) RobertG.Finney ; Mass Media in the United states The industry and its Audiences; Op.at P168.

كل هذه المعطيات الجديدة، أعطت الضوء الأخضر لظهور ثمانية 08 محطات تلفزيونية مع مطلع 1945 التي أصبحت 98 محطة سنة 1950⁽¹⁾.

في الوقت الذي كانت حوالي 8.000 بيت تملك جهاز التلفزيون سنة 1946، وبعد عشرة أعوام وصل عدد البيوت حوالي 35 مليون بيت لها جهاز تلفاز وجهاز استقبال.

ومع هذه القفزة النوعية للتلفزيون والنجاح الباهر شكل نوع من الارتباك لدى الهيئة الفدرالية للاتصالات (F.C.C) فجمدت منح الاعتماد لأي محطة جديدة، حيث جمعت (F.C.C) معلومات من الخبراء والمهندسين حول التلفزيون، وأطلقت 12 قناة من نوع (V.H.F)، و70 من نوع (U.H.F) وذلك للحد من التدخلات.

التلفزيون في البداية:

كان يقدم التلفزيون خدمات لزبائنه وجمهوره، في شكل شبكات وهذه الشبكات لها توابع من المحطات، تمثل ذلك في أربع شبكات وهي: «du mont», A.B.C, C.B.S N.B.C وهي شبكة صغيرة أغلقت سنة 1956 بسبب ضائقة مالية.

ففي بداية 1950 اغلب القنوات أو العروض التلفزيونية كانت على المباشر من الشبكة، وكانت تبث أغلبها من أستوديو نيويورك، كما أنها تؤجر تقنيات هوليدود، لكن هناك عائق وحيد وهو مشكل تخزين الصورة التلفزيونية والسمعي كذلك. إلى غاية سنة 1956، عندما اخترعت شريط الفيديو.

وانتهجت كل المؤسسات الشريط، لأن الشريط رخيص مقارنة بالفيلم، وكان ذلك في بداية 1960.

بداية الخمسينيات: اللون، و(U.H.F) وأهمية الشبكة⁽²⁾.

بعد تجميد المحطات الجديدة، وكذا أجهزة الاستقبال التلفزيون، قفزت عائدات الإشهار إلى بليون دولار في السوق، وذلك عام 1955، مع العلم أن في بداية الخمسينيات كان هناك 559 محطة على الهواء وحوالي 90% من البيوت الأمريكية تملك جهاز تلفزيون، في الجهة المعاكسة، بدأت (F.C.C) تدرس الموضوع بجدية، وهنا بدأت أمال (U.H.F) في التفاؤل عن مستقبل زاهر. لأن في هذه الفترة كانت تسيطر U.H.F وهي القوية، وتمتع بعائدات إشهار كبيرة، لأن نظام U.H.F يتمتع بتغطية مناطق صغيرة في المعمورة، كما أن هناك أجهزة قليلة صنعت في بداية الخمسينيات لنظام (U.H.F)، وبالإضافة إلى إذا أراد شخص التغيير إلى النظام فعليه أن يضيف من 25 إلى 50 دولار إضافية، هذه كلها جعلت نظام (V.H.F) يهيمن على نظام (U.H.F).

كذلك في بداية الخمسينيات ظهور التكنولوجيا الجديدة التي دفعت بالتلفزيون إلى الأمام. وتمثل ذلك في ظهور الألوان حيث دشنت شبكة N.B.C أول بث بالألوان، كما رافقتها الشركة الأم R.C.A التي بادرت إلى

(1)RobertG.Finney ; Mass Media in the United states The industry and its Audiences; Op.at P170.

(2) Barnoww, Erik. Tube of plunty. New York: Oxford, 1990 P83.

صناعة وبيع أجهزة الاستقبال باللون. كما أن كان هناك بعض الشبكات التي لحقت بالركب وبدأت تبث من ساعتين إلى ثلاث ساعات باللون خلال اليوم الواحد، وذلك سنة 1960. كما عرفت بلية الخمسينات نموا في إنتاج الربح، بعدما كانت الشبكات تشتري إنتاج الإشهار من الوكالات، أصبحت تنتج لنفسها وذلك مثال شبكة C.B.S، N.B.C. استفادت هذه الشبكات بتجربة الإذاعات في إتباع شكل أو نمط اقتصادي في إنتاج البرامج والحصص المفيدة وذات الجمهور العريض التي تعود بالفائدة على الشبكة.

العصر الذهبي للتلفزيون:

بناءً على ما سبق فإن سنة الخمسينات تعرف على أنها العصر الذهبي للتلفزيون، وذلك من خلال ظهور البرامج المتنوعة، والمسليّة المتخصصة، والحصص المسليّة التي لم تظهر منذ عهد الصورة المتحركة. مع زيادة عدد المشاهدين والمالكين لجهاز التلفزيون، لأن في بداية ظهوره كان يقتصر على ذو الدخل القوي، وأكثر تعليماً؛ وانتشر بكثرة في المدن الحضرية، كمدينة نيويورك مثلاً، وظهرت عدة برامج نالت شعبية كبيرة، خاصة ظهور الدراما التي كانت تظهر في برنامج ستوديو واحد منذ 1948 إلى 1958 وكان يقود البرنامج «Gor Vidal» «Rod Sterling» «Reginal» Rose وكذلك برنامج «U.S Steel Hour» والذي كان يقصده مجموعة من المشاهير منذ 1953 إلى 1963 ومن هؤلاء النجوم

Cary Merrill, Rex Harrison, Tallulah Bankhead وكذلك في هذه المرحلة، اهتمت بعض الشبكات بالمسرح أو العروض المسرحية، هو اتجاه جلب العديد من الجمهور. ومن الشبكات هي A.B.C سنة 1953، التي كانت تبحث عن البرامج وعروض أقل تكلفة ويمكن أن تجذب الجمهور وفعلاً ظهرت برامج مثيرة وذات جمهور واسع. «The Life and Legend of Wyatt Earp»، وكان ذلك سنة 1955 إلى 1961 هو برنامج Guns move من 1955-1975.

إلا أنه في بداية الستينات قل الاهتمام بالتلفزيون وأصبح ومضة عادية في حياة الأمريكيين⁽¹⁾. وأصبح في متناول الجميع، حتى ازداد عدد المحطات التلفزيونية من 54% كما كان عليه وقفز إلى 95% مع سنة 1970. حيث أصبح لكل دار أمريكية على الأقل جهاز تلفزيون واحد. وتعالى الأصوات من طرف الآباء من خطر تنامي الظاهرة على الأولاد وتأثيره في المجتمع. هنا أخذ التلفزيون منحى آخر خاصة مع بداية 1960، وهو تطور التلفزيون في مجال الصحافة. وكان ذلك في المناظرة التي دارت بين المرشحين للرئاسة الأمريكية آنذاك، Nixon, Kennedy التي تفرجها حوالي 65 مليون متفرج، وبعدها بثلاث سنوات، صارت كل من محطة A.B.C، ومحطة C.B.S من تمديد مدة البث للأخبار إلى ثلاثين دقيقة. وظهرت منافسة شديدة بين

(1)Barnoww, Erik. Tube of plenty. New York: Oxford, 1990 P105.

مقدم الأخبار Walter Cron Kite من محطة C.B.S، والصحفي Cher Huntley وصديقه Dand Drantley على محطة N.B.C.

وظهرت الاحترافية الصحفية في التلفزيون أثناء تغطية المحطات التلفزيونية لتأبين ومراسيم دفن الرئيس الأمريكي John F Kennedy، وكذلك في تغطيتها لنمو الحركات التعاونية خاصة في مجال حقوق الإنسان. ولكن أهم شهرة أخذها التلفزيون الأمريكي، هو التغطية الحية لمجريات الوصول إلى القمر سنة 1969 للعالم الفلكي Neil Amastrong.

كما عرفت هذه الفترة كذلك نمو القنوات التلفزيونية غير المربحة والمختصة في مجال التعليم والثقافة، ويقدم خدمة عمومية. حيث وصل عدد المحطات غير المربحة إلى 69 محطة في نهاية 1969 خاصة بعدما أصدر الكونغرس قانون يدعم البث غير الربحي، الموجه للخدمة العمومية، سنة 1967 سمي آنذاك ب Public Brood Casting Act 1967. كما ظهر كذلك في هذه الفترة التلفزيون بالكابل أي الخيط والذي استفادته فيما بعد.

الستينات: سنة الاضطرابات:

في بداية الستينات عرفت ظاهرة العنف الاجتماعي أو الاضطرابات التي هزت كيان المجتمع الأمريكي، خاصة بعد حرب الفيتنام، التي تلقت فيها أمريكا ضربة قاضية. وتنامي الحقوق المدنية، وتراجع في الاقتصاد الأمريكي، كل هذه الظروف جعلت من المحطات التلفزيونية تجد مادتها التي تقدمها، لا من حيث الأخبار، ولا من حيث البرامج التي تعالج العنف المتزايد، ومن بين العروض التي نالت الشهرة في هذه الفترة، وهي: " غير الملموس " Un Touchables⁽¹⁾.

والذي يركز على الرجل المسلح Eliot Ness في مدينة Naked، وكذا الشرطة، والسراقات، في مدينة نيويورك.

وبعد وفاة Kennedy تظاهر الجمهور ضد وسائل الإعلام بأنها تحرض على العنف من خلال برامجها التي تبثها، وعلى غرار ذلك غيرت المحطات من يراها، وظهرت برامج أقل تعديلا تدعو إلى عدم العنف ومن هذه البرامج My favorite Martian، و My Mother the car.

زيادة الوعي بمخاطر التلفزيون سنة 1970⁽²⁾:

في بداية السبعينات بدأت منادات من طرف العلماء والمعنيين بالظاهرة في تحديد خطورة التلفزيون على المجتمع، والبرامج المتنوعة سواء من المحطات الكبرى أو المحلية.

(1) <http://advicom.net/cshffle/sghost>

(2) jankowski, Gene, and David Fuchs. Tlévision Today and Tomorrow New York: Oxford, 1995 P130.

وانظم عدد من الباحثين في شكل فريق بحث، بحثوا الظاهرة في تحديد خطورة التلفزيون على الجمهور، وتبين في هذه الدراسة أن التلفزيون ساهم بشكل كبير في صناعة أخلاق عدوانية لدى الأطفال بالدرجة الأولى. وردت القنوات المشهورة في ذلك الوقت في بيان على الدراسة بأنهم قللوا من برامج العنف.

وصعدت الهيئة الفدرالية للاتصالات (F.C.C) من هذه الدراسة لتقوي مدى الوعي بالخطر من التلفزيون. وفي سنة 1975 وافقت الشبكات على مراجعة ساعة العائلة، وهي فكرة تهدف إلى تقليص الأعمال العنيفة باعتبارها برامج تساهم في التفكيك الأسري والاجتماعي وإدخال تعديلات في البرامج العائلية، وتسأل العائلات في البرامج المفضلة؛ ولكن محكمة لوس أنجلوس تدخلت وجمدت الفكرة. باعتبارها غير دستورية، 1976 فكرة ساعة مراجعة العائلة تلاشت مع نهاية 1979.

وكذلك تميزت 1970 بنمو مجموعات المواطنين وتدخلها في الهيئة الدولية للاتصالات (F.C.C) وفي قراراتها، من هذه المجموعات: Action for Children: التدخل من أجل الأطفال، The Sitizens Communications Centre وغيرها.

ونتج عن هذا التدخل لهذه المجموعات، صدور قانون من (F.C.C) يقضي بموجبه إبعاد البرامج التي كانت أنتجت بالاشتراك بين القنوات الثلاث المعروفة، مما نتج عن إبعاد البرللم " تايم " من الساعة 7:30 إلى 8:00 مساءً، مما عرض المؤسسات إلى خسارة فادحة. وأجبر المحطات الكبرى على منح هذه البرامج إلى القنوات المحلية. ما عدا محطة A.B.C التي بقيت صامدة لأنها احتفظت ببعض النفوذ قبل ظهور القانون، وبالتالي احتلت الصدارة من بين المحطات المشهورة في السبعينات.

اشتداد المنافسة ما بين 1980-1990:

عرفت هذه الفترة التآكل الكبير من المحطات أو الشبكات الثلاث الكبرى، وزيادة المنافسة الشرسة من طرف الشبكات الجديدة، وظهور التلفزيون بالكابل: من جهة أخرى، فمع بداية السبعينات الشبكات الثلاث سيطروا على البرللم تايم بـ 90% من الجمهور، ومع بداية التسعينات نزل إلى 60%، في الوقت التي ظهرت شركة " Fox " لصاحبها روبرت مرووخ وهي الشبكة الرابعة، حيث بدأت في البث سنة 1983 عندما سيطرت على الأفلام والأسواق، ولاحقتها القنوات التي تعمل تحت قيادتها، التي خرجت من الشبكة الأم C.B.S، وانفردت " Fox " في بث ألعاب الرابطة الوطنية لكرة القدم.

وفي نفس الوقت ظهرت قناتين، في البث وهما: The United Paramount Net Works و Warner Broad Casting Net Work وكلاهما بدأ في بث محدد من الوقت، لكن تخطيطهما أن ستكتفان بثهما فيما بعد.

ومع بداية 1995، كانت شركة World of Net Works Broad Casting قد ارتبطت مع شركات كبرى. وذلك بشراء والت ديزني شركة "Cap Cites" وهي A.B.C بـ 19 مليون دولار. واشترت Westin C.B.S، house بـ 5.4 بليون دولار.

تنامي التلفزيون بالكابل⁽¹⁾:

لقد وصل الكابل إلى 65% من المشتركين ومع مطلع 1968، برهن على قدرته في الوصول إلى أكثر من المشتركين، وعليه ظهرت خدمات الكابل، التي تغذي الكثير من القنوات، فمثلا سنة 1998 كانت هناك ستة شركات مختصة في الدفع بالمشاهدة "Pay-per-view" وكذلك سنة خدمات العلاوات فيما ذلك "H.B.O" و Show Time، وأزيد من 60 محطة ممتازة Super Stations، وشبكة بالكابل. تحتوي كذلك قناة Sci-Fi، والقنوات الذاتية، وكذا قناة رعاة البقر.

وزاد الإشهار كذلك حتى وصل 02 بليون دولار سنة 1994، وتحولت الشركات الكبرى المعلننة إلى نظام الكابل، كشركة Procter or Gamble، و Philip Moris، ونظرا لتهاطل الشكاوي من طرف المستهلكين، قرر الكونغرس القانون الخاص بالكابل سنة 1992 سمي بعقد "الكابل"، وهذا القانون أعطى للهيئة الفدرالية للاتصالات الصلاحيات في تنظيم الكابل وأسعاره.

وأجبرت كذلك (F.C.C) الشركات المختصة في الكابل بأن تضع برنامجها في الشركة التي يتوفر لديها مصلحة أو فوائد، كما أعطت الحق للمحطات التلفزيونية في التعويض من شركات الكابل التي تحمل رمزها. وهناك القليل من شركات الكابل التي دفعت للمحطات، لكي تحمل شارتها، ماعدا محطة A.B.C التي استقبلت مدا خيل من بعض شركات الكابل.

وتأثر التلفزيون والكابل على حد سواء بالتطور المذهل الذي عرفه ظهور V.C.R، بعدما كانت هناك 5% من البيوت تملك V.C.R في سنة 1992، وصل مع نهاية 1998 إلى 85%، وعلى هذا الأساس يعتبر V.C.R أسرع وسيلة إعلامية تطورت بسرعة بعد التلفزيون.

حيث صارت ظاهرة إجار V.C.R والأشرطة تجارة مربحة جدا، وتطورت حتى صارت بأضعاف البلايين من الدولار.

كما غير كذلك V.C.R الوقت: حيث أصبح المتفرج يسجل الحصاص ويعيد التفرج عليها، أي تأقلم البرامج مع أوقات العمل والمستهلكين، وتضاعف عدد المتفرجين، خاصة عند أولئك الناس الذين لا يملكون المحطات الكبرى، فصاروا يسجلون من عند الذين يملكون، فسبب أزمة في الإشهار. لأن عند التسجيل؛ عندما

(1) Willis, Edgaer, and Henry Aldrige; Television, cable and Radio Englewood, Cliffs. Nj; Prentice Hall, 1992 P 39.

يرى المشاهد الإشهار يضغط على زر عدم التسجيل ويبدأ عند بداية الحصة الحقيقية، أي ينزع الإشهار من البرنامج.

ظهور جهاز التحكم عن بعد كذلك كان له تأثير على الإشهار خاصة عندما تضعف هذا الجهاز وأصبح 3/2 من السكان المالكين له، فالتحكم عن بعد يمكن للمتفرج أن يغير القناة، أو واجهة الشاشة حتى يمر الإشهار.

وعلى هذا الأساس عرفت هذه المرحلة والعملية بـ Zipping, Zapping, Grazing وهي بالإنجليزية تعني الفتح، والغلق، أو التمرير بالسرعة. والثانية تعني الضرب، والثالثة تعني التحليف والتكريط.

كما عرفت هذه الفترة كذلك بظهور التلفزيون أقل قوة Low Power Television (L.P.TV) الذي لم يستمر بسرعة، والذي لم يسمح بتطور كذلك المحطات الأخرى، وعدم وصولها إلى (F.C.C) لأن مردودية (L.P.TV) كانت ضئيلة ووقفت حجر عثر أمام تطور المحطات الأخرى، ومع بداية 1998 كان (L.P.TV) على الهامش.

ظهور البث المباشر⁽¹⁾:

ظهر البث المباشر، بالأقمار الصناعية ضئيل جدا (D.B.S) إلا أنه تطور في سنة 1994، خاصة عندما أعلنت الشركتين: (Direct.TV) التلفزيون المباشر وشركة الولايات المتحدة للبث بالأقمار الصناعية United State Satellite Broadner (U.S.S.B) على منح الاشتراك ل 150 قناة لبث برامجها إلى البيوت عن طريق جهاز الصغير (VIA) الذي يتراوح ب 18 انش (ديامتر) للاستقبال. " demo ". وكلتا الشركتين تحفظت من هذه الخطوط العملاقة، لأن نظام (D.B.S) مازال يستعمل عند بقيت المنازل التي تملك جمهور أو هوائي لاستقبال الإرسال.

وللتذكير فقط بأن أكبر خطوة ساعدت على كل هذا الكم الهائل من التطور هو قانون 1996 للاتصال الذي شجع المنافسة بين شركات الهاتف وشركات الكابل، لتسهيل الملكية.

بنية نظام الكابل:

يختلف نظام الكابل عن بقية التلفزيونات ويتميز بثلاث خاصيات أو مميزات وهي:

- رأس النهاية.
- نظام التوزيع.
- تفريغ البيت.

يعمل رأس النهاية أو يتكون من هوائي وأجهزة ربط لاستقبال الإشارات من المحطات التلفزيونية عن بعد أو خدمات البرامج التي ترسلها إلى بيوت المشتركين.

(1) www.mtr.org

أما نظام التوزيع فهو يتكون من الحيوط التي توزع الإشارات إلى المشاركين وهذه الحيوط تلقى على أعمدة الهاتف وأحياناً تحت الأرض التي تدفع لأعلى بقوة الإشارات القادمة من رأس النهاية.
أما تفريغ البيت هي الحلقة من الكابل التي تربط ما بين منغذي الكابل إلى تلفزيون المشترك للعلم أن خط الألياف تحمل 500 قناة.

نظام الدفع بالمشاهدة: pay -perview (PPV)⁽¹⁾

في بداية 1998 كان هناك ما يربو من 30 مليون منزل مجهز بنظام PPV وكان الرقم مستمرا في الزيادة، وتوقع الخبراء في تقديرهم إلى مستقبل نظام الكابل تخصيص من 40 إلى 50 قناة ستحول إلى نظام PVV، وتخصص في الرياضة، والأحداث الخاصة ستحصل مداخليها إلى أكثر من نصف 600 مليون دولار التي حصدها سنة 1996 من جراء الأفلام وخدمات البالغين والكبار .
وأكبر حصاد في التاريخ PPV من الأموال كان سنة 1997 مع "تايزون" الملاكم الأمريكي حيث وصلت مداخليها إلى 90 مليون دولار.

فيديو البيت:

تنامت صناعة الفيديو بشكل رهيب وفرضت وجودها مع تنامي مبيعات (VCR)، ففي سنة 1997 كان هناك 90% من المنازل الأمريكية مجهزة ومزودة VCR حيث بلغت مداخيل مبيعات VCR 180 مليون دولار سنة 1997؛ وقدرت الإحصائيات بأن 35 مليون منزل يستخدمون VCR للتسجيل أثناء العرض الأول لحصص البرامج تايم .

حيث يقوم مالكي VCR بتسجيل الحصص والبرامج من أجل إعادتها في وقت الفراغ أو الوقت المناسب. ونفس الشيء عند بائعي أشرطة الفيديو يقومون بتسجيل الأفلام والبرامج ويبيعونها للمستهلكين فيما زاد في استهلاك الأشرطة التي وصلت إلى 28.000 شريط مسجل سنة 1997 بمعدل 400 عنوان كل شهر مما نشط أسواق الفيديو.

وتنقسم أغلب مجالات الفيديو إلى ثلاثة أقسام: وهي الإنتاج، التوزيع، البيع بالتجزئة، حيث يقوم قسم الإنتاج بتسجيل الأفلام ومنذ ظهور هذه الصناعة سيطرت شركات الصور المتحركة على أسواق الفيديو، وهذه الشركات تباع منتوجها إلى الموزع الذي يعتبر همزة وصل بين المنتج وتجار التجزئة .

وهناك في الولايات المتحدة الأمريكية حالياً 90 موزعا لأشرطة الفيديو، من أهم هذه الشركات هي: Paramount و Fox و Disney ودخلت شركات جديدة السوق بفكرة التعاقد مع المحلات، غير المحلات الفيديو كمحلات المواد الغذائية العامة Stores لبيع أشرطة الفيديو وهي عملية إضافية لتجارة التجزئة ومن أهم هذه الشركات شركة Stars to go و Cevax.

(1) www.mtr.org

وتنتج عن هذه العملية 60000 محل تجاري في الولايات المتحدة الآن يبيعون أشرطة الفيديو وأجارها. كمتسيطر الشركات العملاقة على تجارة الكراء وإيجار الأفلام مثل شركة Block Buster ثم تأتي شركة Galiery فشرقة Blockbuster تستحوذ على 20% من أشرطة الفيديو المأجورة .

تشكل عملية بيع وتأجير الشرائط في الولايات المتحدة الأمريكية عملا مربحا تجارة قائمة بذاتها فمثلا سنة 1997 صرف المستهلكون حوالي 17 مليون على اقتناء الأشرطة منها 53% من التأجير فقط والباقي على المبيعات أي 47%.

وصناعة الأشرطة مكلفة أيضا حيث تقدر بـ 2.5 دولار تكلفة الشريط الواحد. لكن إيجاره لمرات عديدة يجعل منه أكثر ربحا .

وما أثار مخاوف تجار التجزئة في تجارة عالم الفيديو هو ظهور DVD والبث المباشر عن طريق الأقمار الصناعية. لأن DVD يتميز بصفاء الصورة أحسن من VHS بكثير كما يمكن أن يحمل كل الفيلم في جهة واحدة وكذلك جمال الصورة، هذه هي التكنولوجيا الجديدة التي أثارت مخاوف تجار الفيديو.

البث المباشر للأقمار الصناعية:

إن المشتركين في البث المباشر للأقمار الصناعية "DBS" الحق في الولوج إلى عدة قنوات المختصة في الأفلام.

كما أنهم يشتركون أيضا في نظام المشاهدة بالدفع، مثلا سنة 1998 كان هناك 4.5 مليون بيت مجهز بنظام Direct broadcasting system كما أن هؤلاء المشتركين مازلا في علاقة حميمة مع نظام الكابل كما أنهم مازالوا يمشون إلى دكاكين أشرطة الفيديو.

لأن إقبال الناس على نظام DBS مازال ضعيفا، وتأتي الهوائيات المختصة في التقاط البث المباشر في نوعين:

هناك من تأتي في صحن قطره يساوي ستة أقدام يوضع في فناء البيت، أما النوع الثاني وهو الجديد الذي يأتي في 18 أنش وبالضبط على شكل خبزة البييتزا الدائرية من النوع الكبير يوضع بجانب النافذة، فالنوع الأول يقوم بجمع الأمواج الصغيرة من مدار الأقمار الصناعية وتضخمها إلى مليون مرة.

وأغلب هذه الأنواع من الصحن والأطباق يأتي في شكل نظام يملك آلات تحكم عن بعد. لتسمح للمستهلك البحث عن ماذا؟ يجب عبر أنواع الأقمار.

وكذلك هذه أنظمة القنوات العادية والإشارات ذات التغذية الحامة والمنبعثة من الشبكات وقنوات الكابل إلى المحطات المحلية ونظام الكابل وغير موجهة للمشاهد العام . كما يلتقط الهوائي الموضوع في الفناء حوالي 75 - 100 قناة أما الهوائي الجديد ذو 18 أنش يعتمد على تقنية عالية جدا لالتقاط الصور الجيدة وصوت صافي مثل

القرص المضغوط، CD وكان يقدر ثمن هذه الأطباق عند بداية سنة 1994 في 700 دولار أما الآن لا يتجاوز 200 دولار أمريكي .

وتراجع نمو نظام DBS على عكس ما كان متوقع له، خاصة مع نهاية 1990 ففي سنة 1997 أطلق إمبراطور الإعلام مردوك نظام DBS زادت مداخيل DBS كما زاد عدد المشتركين مع نهاية 1998، حيث وصل إلى 4% من مجموع البيوت الأمريكية تملك DBS وتوقع الخبراء الوصول إلى 15% من كل 100 مليون بيت أمريكي يملك جهاز التلفاز.

وسيطرت ثلاثة شركات عملاقة على نظام DBS وهي:

Direct TV Prime Star Echostar وكل هذه الشركات وفرت القنوات الرقمية التي تبث الأفلام عن طريق الدفع بالمشاهدة، وبعض الحصص الرياضية المشهورة كشبكة CNN وشبكة MTV و E.SPN وما يلاحظ على نظام DBS أنه متوفر في جميع المناطق ورخيص مقارنة مع نظام الكابل، كما أن نظام DBS لا يحمل القنوات المحلية أو المحطات المحلية فعلى المشتركين أن يستعملوا الهوائيات أو الاشتراك في نظام الكابل للحصول على هذه المحطات المحلية.

وما يعاب على نظام DBS أنه يتأثر بالرعد والبرق.

محتوى التلفزيون من سنة 1970 إلى يومنا هذا:

كما سلف الذكر، فإن المتتبع لتطور التلفزيون في و.م.أ يرى بأن سنة السبعينات كانت سنة القوانين والتنظيم وهذا بالضبط سنة 1970 أما سنة 1971 ظهرت هناك الاضطرابات والعنف الاجتماعي، الذي ظل يصور مطاردات رجال الشرطة والتحقيقات، في السرقات والسطو على أملاك الغير، أما التراجع الكبير الذي عرفه الإقتصاد الأمريكي في هذه الآونة، هذه البرامج التي سيطرت في هذه الفترة إستمر الحال إلى نهاية منتصف السبعينات، عندما ظهرت طبقة البالغين أو الكبار في المحطات القديمة، ظهر بما يسمى الكوميديا التي تعالج قضايا العائلة وغيرها، ومن هذه البرامج "all in the family" الكل في العائلة، وكذلك برنامج "barnexmiller" "San ford and son" وكذلك برامج تعالج الجنس والعرق والإجهاض.

واستمر الحال إلى غاية 1980 أين ظهر نوع آخر من البرامج التي تعالج قضايا الغنى والفقير وكذا الصراع بين الخير والشر.

وأصبحت هذه العروض ذات شعبية مهمة، كمسلسل دالاس والذي تبع فيما بعد "flamingo road" "dynamasy". "falcon crest"

وهذه البرامج ونجاحها، برهن على أن الجمهور يريد أن يرى المال والسلطة بغض النظر عن صناعة السعادة التي يصنعها هذا العنصران كما شهدت سنة أو منتصف الثمانينات بعودة الكوميديا والتي تعالج الدفء العائلي ومن هذه البرامج "our hous" "grouing poins" "the losby" "family ties" وبرنامج "who is the boss?" والسبب وراء نجاح هذه المسلسلات والأفلام هو العامل الإقتصادي لأنها كانت تعالج مشكلة النمو

الدمغرافي. أما سنة التسعينات فكان هناك برنامج يسمى "twin peaks" الذي أصبح أكثر شعبية وكذلك برنامج "chins beach" أما حالياً تسيطر على محتوى برامج التلفزيون الأمريكي الأخبار التي تعالجها المجالات والجرائد وهي البرامج السياسية الهزلية لأنها غير مكلفة ومثال على برنامج "20%". "go 60minutes" "Dateline". ستين دقيقة على شبكة (N.B.C.)

وبلغ عدد الساعات للتسجيل من هذا النوع للبرامج حوالي 10 ساعات.

تنظيم التلفزيون الصناعي والتقليدي:

نفرق بين النظام التلفازي التجاري , بأنه يبيع الوقت للإشهار، أو التعليق، أما النظام التلفازي غير التجاري هو الذي يحصل على المداحيل غير التجارية. التلفزيونات المحلية، تحصل على رخصة البث من الهيئة الفديرالية الاتصالات (FCC) من اجل تقديم خدمة معينة للمجتمع .وهذه الشريحة في المجتمع التي توجه اليها هذه المحطات خدماتها. تسمى بالسوق، وعلى هذا الأساس، فانه توجد 211 سوق من هذا النوع في و.م.أ، ترتيب قوتها وتواجدها:

وتأتي في المقدمة نيويورك ب 6.7 مليون منزل وكذا Glenolive.montana ب 4000 بيت أو منزل، ومعظم هذه المحطات المحلية دخلت في انتاج مشترك مع الشبكات الكبرى، أو أحيانا توفر لها خدمة للشبكات الكبرى؛ مثلا سنة 1968 كانت هناك ستة شبكات تجارية في و.م.أ توفر خدمات وبرامج الى المحطات المحلية والمتمثلة في الشركة الامريكية للبث (ABC) وهذه الشبكات الستة هي The colombia the fox و the national broadcasting company (NBC) و broadcasting system (C.B.S) و warner و united paramount net work (UPN) و broadcasting company (FBC) و broadcasting net work (WB) كما ان هناك شركة اخرى في طور الانجاز paxnet المملوكة من طرف "paxson communications" كما ان هناك بث الخدمة العمومية PBS هذا النوع يضيف في المحطات غير تجارية .

أما فيما يخص المحطات المحلية التي عقدت اتفاق مع الشبكات الكبرى أصبحت تابعة للشركة الأم، وصل عدد المحطات التابعة إلى 200 محطة عبر و.م.أ أما المحطات التي لم ترتبط فتسمى بالمحطات المحلية المستقلة، وينقسم التلفزيون الصناعي إلى ثلاثة أجزاء تتلخص في ما يلي: الإنتاج، التوزيع، العرض.

أهم الشركات العملاقة في عالم التلفزيون:

أ. شركة ABC «America Broadcasting Company»

تتولى شركة A.B.C الأمريكية، التي تتخذ من نيويورك مقرا لها- تشغيل شبكة "A.B.C" التلفزيونية (بفروعها التي تبلغ 224 فرعاً) إلى جانب عشر محطات تلفزيونية وشبكات A.B.C الإذاعية و 26 محطة إذاعية

أخرى فضلا عن أنها تمتلك أسهما في قناة "ESPN" وغيرها من عائدات الشركة، كذلك تنشر A.B.C العديد من الصحف، والدوريات التجارية، والكتب كما تتولى مجموعة ABC Multimedia Groupe، إدارة العمليات التلفزيونية الرقمية، وغيرها من العمليات غير التقليدية، ومن المعلوم أن A.B.C شركة تابعة لشركة الترفيه العالمية العملاقة Walt Disney Corporation⁽¹⁾.

وتأتي شبكة ABC في المرتبة الثالثة في الولايات المتحدة الأمريكية من حيث عدد المشاهدين إن تسبقها شبكة N.B.C التي تأتي في المرتبة الأولى وشبكة C.B.S التي تأتي في المرتبة الثانية. وأثناء حرب الخليج (1990-1991) تفوقت شبكة ABC على الشبكات الأخرى، في تقديم عدد من أدق التقارير والتعليقات واللقاءات من مجريات الحرب، منها لقاءات مع كل من انتوني كوردسمان Anthony H Cordesmen أستاذ مساعد دراسات الأمن القومي بجامعة جورج تاون George town unversity وجوديب كيبر Judith Kipper، من معهد بيروكينجر BroaKinge وبرنارد تينر Bernard Trainner، فريق أول متقاعد من قوات مشاة البحرية الأمريكية ومن المحاربين الذين شاركوا في حربي كوريا وفيتنام، والأدميرال ويليام كرو Willian Crowe، الرئيس السابق لقيادة الأركان المشتركة⁽²⁾.

وجدير بالذكر أن الشبكة ABC قدمت من خلال برنامجها المتميز Night line تحليلات إخبارية وافية، غطت وقائع الحرب تغطية شاملة وخصصت برنامجين آخرين، للتعليق والتحليل تضامنا لقائين مع صاحب السمو الملكي الفريق أول الركن خالد بن عبد العزيز قائد القوات المشتركة ومسرح العمليات في 21 سبتمبر 1990 و6 مارس 1991 فضلا عن الدكتور كورسمان سافر إلى مسرح العمليات لتقديم تحليلات شاملة عن تضاريس المنطقة والأسلحة المتوافرة لها من الموقع نفسه عقب الحرب مباشرة تمكن كوردسمان من دخول الكويت.

:ABC

أنشئت شبكة ABC عام 1943 كجزء⁽³⁾ من شبكة NBC عقب قرار لجنة الاتصالات الفيدرالية Federal Communications Commission FCC، بألا تمتلك أي شركة أكثر من شبكة واحدة، باعت شبكة N.B.C إحدى شبكاتها، الشبكة الزرقاء، و كانت تضم 160 محطة لإدوار نوبل Edward J. Noble وقد مول إدوارد هذه الصفقة من ماله الخاص ومن قروض البنوك في نيويورك وكانت هذه هي نواة شبكة A.B.C التي اقتفت أثر الشبكتين الأخرتين N.B.C و C.B.S في ميدان البث التلفزيوني، وتمكنت من منافستها في قطاعي الترفيه الأخبار، وأصبحت إحدى الشركات الكبرى الثلاث وعلى الرغم من أن الشبكة الزرقاء كانت قد ضمت نماذج الإعلانات مخفضة لتقرير برامجها النهارية إلا أنها بدأت في تحقيق الأرباح فيما اشترتها شركة A.B.C.

(1) Joseph R.Dominick The dynamics of mass communication: Op-at P 297.

(2) www.mjtr.org

موقع يهتم بتاريخ التلفزيون والراديو في أمريكا.

(3) www.wikipedia.org

خلال الحرب العالمية الثانية كانت لشبكتي N.B.C⁽¹⁾ و C.B.S سبق على شبكة A.B.C عن مرات هبوط قوات الحلفاء في نورماندي Normandy عام 1944 وهو التقرير الذي أعده المراسل جورج هيكس George Hicks وأثناء تلك الفترة ابتعد أدريان سميث Adrian Smith مدير البرامج الجديدة، في شبكة A.B.C من منافسة الشبكات الأخرى، في تقديم المسلسلات والبرامج الاجتماعية أثناء النهار، وأخذ يعمل جاهداً على المنافسة من خلال برامج المسابقات وتعاقبت الشبكة كذلك مع نجم الغناء بينج كروسي Bing Crosby لإنتاج عدد من البرامج الموسيقية المسجلة.

في عام 1948 أطلقت شبكة A.B.C أول برنامج تلفزيوني لها، وكان برنامجاً وثائقياً عن مدينة نيويورك، وفي نهاية ذلك العام، بثت الشبكة خبراً تلفزيونياً لعدة محطات، في الغرب الأوسط للولايات المتحدة الأمريكية إحدى مباريات كرة القدم للمحترفين، ونجحت شبكة A.B.C في التحول من البث الإذاعي إلى التلفزيوني دون أن تفقد الكثير من جماهيرها أمام منافسيها.

وإدراكاً منها بازدياد أهمية البرامج الترفيهية المعروضة عبر شاشات التلفزيون عرضت بعض الستيدوهات هوليوود Hollywood، وفي مقدمتها محطة Fox Twentry centry شركة شبكة A.B.C لتكون منفذاً لأفلامها القديمة ولكن A.B.C رفضت العرض وبدلاً من ذلك وافقت على الاندماج مع شركة United Paramoutheat في عام 1951 ليكون أول مشروع تعاوني بين هوليوود وإحدى شركات البث التلفزيوني وقد أصبح ليونارد جولدنسون Leonard Geldenson⁽²⁾ مدير الشركة بارمونت Paramount سابقاً رئيساً لشبكة A.B.C المنصب الذي يشغله على مدى ثلاثين عاماً، وقد قسمت الشركة إلى خمسة قطاعات: قطاع الإذاعة وقطاع التلفزيون، وقطاع المحطات الإذاعية وقطاع المحطات التلفزيونية، وقطاع الأفلام، ثم عقد عدداً من الصفقات مع شركتي والت ديزني Walt Deseny، ووارمر برازر Warmar Brothers عام 1954 لإنتاج مجموعة جديدة من البرامج التلفزيونية مثل البرنامج الخيالي Deseny land، وبرنامج Cheyenne وفي عام 1954 تمكنت شبكة A.B.C من تقديم تغطية شاملة لجلسات التحقيق مع السيناتور جوزيف مكارتي Joseph Mc Carthy فيما يتعلق بالاختراق الشيوعي للجيش الأمريكي، نظراً لأنها كانت تملك مساحة للبرامج النهارية، وقد أتاح لها نجاح هذه التغطية أن تنظر إلى البرامج النهارية المنتظمة نظرة جادة.

وعلى الرغم من أن A.B.C أصبحت من رواد هذه الصناعة إلا أنها تعرضت في عام 1961 لهزات مالية، فاستبدلت فترة الاستراحة التي كانت مدتها ثلاثين ثانية في وقت الندرة، بأربعين ثانية لتسمح بعرض مزيد من الإعلانات.

وفي عام 1965 تعرضت لضغط مالي شديد، نتيجة قرارها التحول إلى البرامج الملونة، وقد أقرضتها الشركة الدولية للبرق والهاتف ITT International Telephone and Telegraph 25 مليون دولار، عام

(1) History of mass media in United States of American Enyclopedia isbin: 1779580/22. P44.

(2) Ibid. P 50.

1966 تمهيداً لعملية إندماج لم يكتب لها النجاح، فعلى الرغم من موافقة مجلسي إدارة ABC وشركة البرق والهاتف، وكذلك اللجنة الفيدرالية للاتصالات إلا أن وزارة العدل رفضت الموافقة على تلك الصفقة بحجة الممارسات الاحتكارية، ألغيت في عام 1968 وأكسبت A.B.C احترام الإعلاميين المحترفين، إلا أنها ظلت في الترتيب الثالث، بعد شبكتي N.B.C، و C.B.S وكان من بين السبل التي سلكتها للاتحاق بهما، البرامج الرياضية التي كان ينفذها: رون أريديج Roone Arledge، وكان من هذه البرامج برنامج Wide World Of Sport في الستينات، وبرنامج Monday Night Football في السبعينات، واكتملت سلسلة النجاح في القطاع الرياضي، بتغطية دور الألعاب الأولمبية التي تقم كل أربع سنوات وهو ما زاد من شعبية الألعاب الأولمبية في الولايات المتحدة الأمريكية.

تولى أريديج بعد ذلك رئاسة قطاع الأخبار بشبكة A.B.C وتمكنت الشبكة من جذب بعض المواهب من الشبكات الأخرى، منهم باربارا والترز Barbara Walters من شبكة N.B.C التي أصبحت مذيعاً رئيسية للأخبار، كما نجحت الشبكة في ضم فريد سيلفرمان Fred Silverman المعد الرئيسي للبرامج في شبكة C.B.S.

وحاولت A.B.C تعزيز معدلات مشاهديها عام 1968 من خلال الأسلوب الناجح تماماً، لمذيعي شبكة N.B.C وهو أسلوب تقديم الأخبار من خلال ثنائي من المذيعين، فأشرك كل من هاري ريزونز Harry Reasones (المذيع السابق بشبكة C.B.S) وسميث Smith، إلا أن ذلك كله لم يحقق الإثارة لدى المشاهد، فلم تجدد ABC هدماً من ضم بارابرا والترز لتكون ثنائياً مع ديزونز Reasoner بدءاً من عام 1976 ومع ذلك فإن النجاح الحقيقي للأخبار المساء لم يتحقق إلا على يد بيتر جينجز Peter jenning، الذي أفاد أخبار المساء في ABC ليصل بها إلى قمة معدلات المشاهدين في عام 1983.

وفي عهدهم 1980⁽¹⁾ بدأت المسلسلات والبرامج الاجتماعية بالشبكة تنافس نظيرتها بشبكتي NBC و CBS بدأ قطاع الأخبار برناجه الجديد Night Line، لتيد كويل Ted Koppel.

خلال الثمانينات أصبح السوق التجاري الأمريكي "لهوس الاندماج فاشترت الشركة العملاقة Capital Cities Communications التي كانت تمتلك صحفاً في مدينة كنساس Kansascity، وفوت وورث Fort Worth، إلى جانب العديد من المحطات الإذاعية والتلفزيونية شبكة ABC مقابل 3,5 مليون دولار وقد وافقت ABC على البيع إلى حد كبير لكي تتجنب احتمال السيطرة عليها من قبل جهة منافسة مثل القطب الإعلامي الشهير تيد ترنر ted Turner الذي كان ينوي حل ABC وتوزيعها على شركاته بعد الاندماج تنحى جولدنسون الذي كان يشغل منصب المدير التنفيذي للشركة ليحل محله توماس مورفي Thomas S. Murphy مدير إحدى شركات Capital Cities⁽²⁾.

(1) موسوعة مقاتل الصحراء www.almoquatel.com.

(2) Hostory of mess media in United states of American Ibid P70.

وفي عام 1987 حقق هذا الاندماج ABC/Capital Cities عائدات هي الأعلى في هذه الصناعة، إذ زادت عن 3,2 بليون دولار في عام 1996، اشترت شركة ييزي ABC/Capital Cities مقابل 19 بليون دولار، وأصبح وجود شركة ABC Productions التي أنتجت برامج Moon Lighting، و MY So Called life، وCommish للشبكة غير ضروري بعد صفقة والت ديزني (الشركة المنتجة لبرامج Home Imporrement، ومن ثم أغلقت الشركة وفي العام نفسه ألغت شركة ABC/Capital Cities خططها التي كانت ترمي إلى إنشاء قناة محلية للأخبار تبث على مدار الساعة، بحجة أن المشروع سيكون باهظ التكاليف وفي العام نفسه اختصرت ABC/Capital Cities اسمها ليصبح ABC، وضمت مدير البرامج السابق بشبكة N.B.C جامي تاريس Jamie Tares لـرئيساً لقطاع البرامج الترفيهية بالشبكة.

وفي عام 1997 قضت إحدى المحاكم الفيدرالية أن تدفع "A.B.C News"، مبلغاً يزيد عن 5,5 مليون دولار (خفضها فيما بعد أحد القضاة الفيدراليين إلى 315000 دولار) لشركة Food Line تعويضاً عن الأضرار التي لحقتها جراء تقرير تضمنته برنامج الكاميرا الخفية، الذي كان يبث حيناً ما، في وقت الذروة، ويتهم الشركة بأنها تتعامل في أغذية ضارة بالصحة وفي أعقاب هذا الصراع استقال دون أريليدج من رئاسة هذه الوحدة (ولكن ظل رئيساً لقطاع الأخبار بالشبكة) وفي العام نفسه، باعت شركة ديزني أربع صحف تابعة لشبكة ABC منها "Kansas City Star" و"Fort Worth Star" مقابل 1,65 بليون دولار وفي العام 1997 دشنت شركة والت ديزني بالاشتراك مع شركة Starwove موقعاً إخبارياً على الشبكة الأنترنت تحت مسمى ABCNews.com ينافس MSNBC (وقد اشترت شركة والت ديزني شركة Starware منذ ذلك الحين).

وفي عام 1998 وافقت شركة ديزني على أن تدفع 4,4 بليون دولار للاتحاد القومي لكرة القدم National Football League لتحتفظ بحق شبكة ABC في بث البرنامج الرياضي الشهير Monday Night Football حتى عام 2005 ويعد هذا البرنامج أكثر البرامج الرياضية شعبية.

شبكة (1) Colombia BroadCasting System C.B.S

أنشئت شبكة C.B.S الأمريكية في عام 1927 وسرعان ما أثبتت نجاحها تحت قيادة وليام باي William Paley (*) وضمت باقة من المراسلين في تاريخ الإذاعة والتلفزيون منهم إدوارد مورو (2) Edwar R. Murrou ووالتر كرونبيك Walter Cronjite وتواصل نجاح الشبكة بفضل برامجها الإخبارية والترفيهية الناجحة.

وشبكة CBS هي صاحبة برنامجي "Evning News" أخبار المساء" وستون دقيقة 60 Minutes، وغيرها من البرامج الشهيرة في التلفزيون الأمريكي وهي الشبكة المستقلة الوحيدة بين الشبكات الكبرى الثلاث تنافسها شبكة N.B.C وشبكة A.B.C تملكها شركة جنرال اليكريك General Electric وديزني Deseny على التوالي:

استطاعت شبكة CBS أن تسترجع هويتها المستقلة، بعد الإدارة المضطربة والخسائر الفادحة التي منيت بها، على يد رئيسها لورنس تتيك Leurance Tisch عقب بيعها، إلى شركة وستنج هاوس اليكترك Westinghouse Electric مقابل 5,4 بليون دولار عام 1995 وكانت مفاجأة لمراقبي الصناعة، في العالم أجمع فشركة وستنجهاوس التي كانت واحدة من ألمع وأشهر الأسماء في عالم الصناعات الكهربائية والتكنولوجية في الولايات المتحدة الأمريكية قررت أن تركز كل طاقتها لأعمال البث الإعلامي وباعت سلسلة واسعة من وحدات الإنتاج الصناعي التابعة لها وبذلك خرجت وستنهاوس في ثوبها الجديد CBS وتسير الآن بخطى ثابتة في طريق استعادة التميز التاريخي كشركة عمرها سبعون عاماً.

وتشير آخر التقارير أن CBS التي تأتي في المرتبة الثانية، بعد شركة NBC قد حققت مبيعات قدرها مبلغ 5,3 بليون دولار، عام 1997 وتأتي الشركة في المرتبة 159 على قائمة شركات Fortune 500 والمرتبة 340 بين شركات Hoover 500 في عام 1997 بلغ عدد العاملين بالشبكة 51444.

(1) www.CBS.com

(*) ولد في مدينة شكاغو Chicago في 28 سبتمبر 1901 لأب يهودي أمريكي وأكراي مهاجر، كان يشغل بتجارة التبغ، انتقل مع أسرته إلى مدينة فلاديلفيا Philadelphia في ولاية بنسلفانيا Pennsylvania ليواصل دراسته الجامعية في كلية وارثون Wharton للمحاسبة التابعة لجامعة بنسلفانيا The Wharton School of finance at the university of pennsylvania ثم بدأ ارتباطه بالجمال الإعلامي عندما وقع عقدًا مع إحدى الإذاعات للإعلان عن منتجات التبغ التي تنتجها شركته وكان للدعاية أثر في تكوير أعماله التجارية مما دفعه إلى الاستثمار في شبكات إذاعية صغيرة وفي عام 1928 صار بالي رئيساً لـ CBS ووقع عقوداً لإنشاء 46 محطة إذاعية وتمكن بالي من بناء محطة تلفزيونية من أبرز المخططات في العالم باستقطاب شخصيات إعلامية قيادية بارزة من شبكات تلفزيونية منافسة.

عينته الحكومة الأمريكية مشرفاً على مكتب معلومات الحرب في منطقة البحر المتوسط، كما عمل رئيساً للإذاعة في قسم الحرب النفسية من عام 1944 إلى 1954 ثم صار نائباً لرئيس قام الحرب النفسية وترأس مجلس إدارة CBS من عام 1946 إلى 1983 ثم عمل لها رئيساً منتدباً في عام 1983 إلى 1983 ثم رئيساً مناوباً من عام 1986 إلى 1987 ثم رئيساً من 1987 إلى 1990 وكانت له هيمنة على البرامج الرئيسية.

(2) Edward Lee : Media Politik : How The mass media have Transformed World Politics ISB : 0813209919 P55.

تاريخ شبكة CBS

في أوائل عام 1927، أنشأ آرثر جونسون (1) Judson Arther هيئة United Independent Broadcasters لتسويق وبيع الإعلانات والبرامج للمحطات الإذاعية كذلك أنشئت شركة Columbia Photograph Broadcasting System، شركة إعلامية هي شركة Photograph Reosd لتزويد هيئة United Undependent Broadcaster بالأموال مما جعلها من أكبر المساهمين في الشركة. وكانت شبكة United الأصلية تضم (16) محطة إذاعية ولكن أغلب الشركات الراعية كانت تفضل التعامل مع شبكة N.B.C فوكتت شركة كولومبيا وباعت أسهمها إلى هيئة United Independent Broadcasters وأنضم مستثمرون جدد في فرع الشبكة في فلادلفيا وأصبح اسمها Columbia C.B.S Broadcasting Systel في اواخر عام 1927.

ولكن ظل الوضع المالي للشبكة مهتزاً إلى أن اشترى وليام بالي William S. peley ابن صاحب الشركة Congress Cigar، معظم أسهمها في عام 1928 وتمكن بالي من افتتاح شركة Paramount بشراء 49% من أسهم شبكته C.B.S لتحسين وضعها المالي.

قاد بالي Paley الشبكة بنجاح ورفع عدد محطاتها من 16 إلى 79 محطة، في عام 1931 وتمكن من شراء العديد من المحطات الفرعية المهمة التابعة لشبكة NBC نظراً للصعوبات الاقتصادية التي كانت تشعر بها الشبكات الإذاعية باعت الشبكة 22% من ساعتها CBS البث التي تقدمها بعد أن وجدت أن ضايفي أرباحها قد هبط من 342 مليون دولار في 1931 إلى 146 مليون دولار في عام 1932، ولكن سرعان ما استعادت الشبكة مكانتها وعادت أرباحها لتصل إلى 242 مليون دولار عام 1935.

في عام 1932 استعاد بالي Paley الأسهم التي حصلت عليها شركة بارمونت Paramount منذ عام 1928.

وفي عام 1932 (2) حاولت شبكة CBS بث أخبارها طوال 24 ساعة، ولكنها تخلت عن هذه الفكرة بعد مقاطعة الصحف، وأنشأت بدلا من ذلك مكتب الإذاعة الصحفية Press Radio Bureau في عام 1933، لتلقي التقارير عن طريق البرقيات التلغرافية، وبطبيعة الحال لم تخل الأيام الأولى من الصعوبات.

وفي عام 1935 عندما علق إلكسندر ودلكوت Alexander Woollcott على التوترات الأوروبية في سلسلة تقاريره الأسبوعية التي تذييعها الشبكة قررت الشركة الراعية إلغاء إذاعة هذه التقارير وكانت الشبكة قد

(1)History of mass media in United states of American Encyclopedia Ibid P70.

(2) Robert G.Finney, Hand Book on mass Media in the United States The industry and its audiences Edited by Erwin Thomas and Bown H.Carpenter: Green Wood Press West Port connectcut.ISBN: O-313-27881-3 USA 1994. Op-at P170.

أوقفت إذاعة البرنامج الإذاعي، الذي كان يقدمه الأب تشالز كوغلين Father Chailes Coughlin عام 1931 عندما أصبح يجعل حرجا لها.

وفي عام 1936 عينت CBS وليام لويس William B Louis ليبدأ البرنامج فظهر العديد من البرامج الناجح منها مسلسل Columbia Workshop⁽¹⁾ الذي ضم مسرحيات مثل سقوط المدينة The fall of the city للمخرج Archibald Macleish وفي عام 1938 كان أشهر عمل قدمه إذاعة CBS وهو برنامج Mercury pheater On The Air الذي كان يذيعه أرسون ويليس Orson Welles، وهو Warof The World وقد لقي هذا البرنامج إقبالا جماهيريا واسعا وأظهر مدى النفوذ والتأثير الذين حققتهما الإذاعة. كان اقتراب الحرب في أوروبا فرصة لتعويض الجهود، التي سبق قمعها لزيادة مساحة برامج الأخبار بشبكة CBS وعلى نسق التقارير التي كان يقدمها عن الحرب الأهلية في إسبانيا كان مراسلا لشبكة إدوارد مورو Edward Murrou وويليام شيرر William L. Shirer يرسلان تقاريرهما عن أوروبا، عن ظهور النازية في عام 1938، كما تابعت إذاعة CBS أزمة ميونيخ لحظة بلحظة وفي الولايات المتحدة كان كالتنيورن Kaltenborn، يعلق على تقارير المراسلين الأوروبيين، كانت شبكة CBS قلقه من اتجاه كالتنيورن الفطري، نحو التعليق على الأخبار وحين ترك كالتنيورن شبكة CBS عام 1940 ليعمل بشبكة NBC كان هناك شعور بالارتياح لرحيله.

عندما بدأت الحرب العالمية الثانية في عام 1939 انضم مورو Murrou ويشيرر Shirer، مراسلون آخرون، على رأسهم بول ويت Paul white رئيس قطاع الأخبار بشبكة CBS ومعه كل من هوارد سميث Howard K. Smith، وإيريك سيفاريد Eric Sevareid وتشالرز كولنجود Charles Colling Wood وأخذوا يرسلون تقاريرهم من مختلف مسارح العمليات في أوروبا وآسيا، وقد أخذت التقارير التي كان يقدمها مورو Murrou عن القصف الجوي الألماني على لندن عام 1940 وتحرير الأسرى من معسكرات الاعتقالات الألمانية عام 1945.

وفي عام 1946 تولى رئاسة الشبكة CBS أستاذ الاجتماع السابق فرانك ستانتون Frank Stanton وعاد مورو Murrou من أوروبا ليتولى رئاسة قطاع الأخبار، أعد برنامجا وثائقيا ناجحا يسمى Hear it Now وقد ظهر برنامج تلفزيوني مشابه له في عام 1951 هو برنامج See it Now.

وفي عام 1948 نجحت شبكة CBS في ضم نجوم الكوميديا جاك بيني Jack Benn، وإدجار بيرجين Edjar Bergen، وريد سكليتون Red Skolton وجورج برنز George Burns من NBS وقد جعلت لشخصيات الإذاعية الشهيرة التحول إلى التلفزيون أمرا سهلا، وكان برنامج المنوعات التلفزيوني Toast Of The Toarn الذي كان يقدمه إدسو ليفان Edsul livan أكثر البرامج تأثيرا في مستقبل الشبكة وتحملت

(1) Robert.G.Finny: mass media op.at P 173.

شبكة CBS مع كلوا كلائها في صناعة الإذاعة والترفيه ما يعرف بسنوات "الربع الأحمر" في أواخر الأربعينات وأوائل الخمسينات فقد وضعت أسماء الكثير من هيئتها على القائمة السوداء، بدعوى انتماءاتهم الشيوعية التي كشفت عنها ما يسمى بلجنة الأنشطة غير الأمريكية بمجلس النواب House Of representatves un Joseph Amirican Archivitres Committe ونائب ولاية ويسكونسين Wisconsin جوزيف ماكارتي Joseph McCarthy.

في البداية حاولت الصحافة تجاهل هذه الاتهامات وبالتدرج في تزايد تحدي كثير من الصحفيين لها، ووصلت هذه التحديات ذروتها عندما عقد مورو Murrou مقابلة تلفزيونية مع السيناتور ماكارتي كشف خلالها روح النصب والتجني لدى السناتور ماكارتي.

عقب الحرب العالمية الثانية، توقف قطاع الأخبار بشبكة CBSNews على غيره في الشبكات التلفزيونية الأخرى، بفضل وجود مديعين أمثال مورو Murrou وولتر كرونكيت Malter Crokite، وكان من أشهر البرامج الإخبارية التي تبثها الشبكة برنامج 15 Minutes Evening News الذي بدأه دوجلاس إدواردز Douglas Edwards عام 1948، وظل يقدمه حتى عام 1962 عندما حل محله ولتر كرونكيت، الذي أصبح واحداً من أوثق المصادر الإخبارية في التاريخ.

قدمت شبكة CBS كذلك عروضاً ترفيهية عديدة، كانت تأتي على قمة أكثر البرامج مشاهدة، في مقدمتها برنامج I Love Cucey الذي كانت تقدمه لوسيللي بال Lucille Ball، وبرنامج الأطفال الشهير Captaine kangaroo والمسلسل الدرامي Play House 90 وبرنامج The ed Sullivan Shoun، إلا أن الشبكة تعرضت لنكبات مثل الفضيحة التي تورط فيها برنامج المسابقات الشهير The S64000 Question.

خلال الفترة من الخمسينات ومن الثمانينات اتفقت شبكة CBS وغيرها من الشبكات مبالغ طائلة لتغطية اجتماعات ترشيح الرؤساء وكانت هذه التغطية المطولة تتطلب المزيد من الوقت مما جعل المذيعين والمراسلين مألوفين لدى المشاهد.

وفي عام 1966 أسهمت CBS شأن الشبكات الأخرى في تغطية حرب فيتنام وعرضت بدايات الصراع الأمريكي بالتفصيل على شاشات التلفزيون وفي تلك الأثناء تولى فري Fried رئاسة قطاع الأخبار خلفاً لمورو Murrou وأرسل مراسلوه، ومنهم جون لاورنس John Lourance وموري سافير Morley Safer، تقارير عن الأعمال الانتقامية ضد الممدنيين الفيتناميين مما أثار الشكوك حول التورط الأمريكي في حرب فيتنام كانت إدارة الشبكة متعاطفة مع إدارة الرئيس الأمريكي جونسون وشككوا في بعض التقارير فريندي الإخبارية، مما أدى إلى إستقالته في 1966.

عام 1968 كان التركيز الإعلامي على موضوع فيتنام، سبباً في إضعاف الإجماع القومي بشأن الحرب. بعد أن أوضت إحدى الشركات الاستشارية عام 1961، أن تنفيذ شبكى CBS من الفائض النقدي لديها، بتوزيع

أنشطتها فاجأً بالي رئيس الشبكة ستانتون Stanton، عندما قرر شراء فري اليانكي Yankees لليسبول Bassball في نيويورك بد من شراء مجلة النيوزويك News Week أو الواشنطن بوست Washington post حسب توصية سانتون وثبت بعد ذلك أنها كانت صفقة خاسرة، ويبيع الفريق عام 1973 بخسارة قدرها 3 مليون دولار.

وفي عام 1967 دفع بالي مبلغ 280 مليون دولار، لشراء دار Holt linehert and Winston للنشر، وكانت هذه أكبر صفقة لشراء دار نشر، ولكن الدار لم تدر الربح المتوقع. خلال الفترة من 1967 إلى 1972 خسرت الشبكة 30 مليون دولار على استديو لإنتاج الأفلام السينمائية.

وفي عام 1975 أثبت بالي تقديره للثقافة والتراث الإنساني، عندما تعهد بتقديم الدعم المالي لإنشاء متحف التلفزيون والإذاعة Museum of television and radio في مدينة نيويورك وبحلول عام 1994 كان هذا الملحق يحتوي على أكثر من 60000 برنامج إعلامي في أرشيفه كما أنه يحتوي على برامج تعليمية متنوعة، عن البث الإعلامي.

ظلت برامج CBS تتمتع بقدرتها التنافسية خلال فترة السبعينات بفضل وجود العديد من البرامج الشهيرة مثل: 60 Minutes، ومسلسل دلاس Dallas.

وفي عام 1974 كان لدى الشبكة CBS تسعة برامج من أهم عشرة برامج تعرض في وقت الذروة. في عام 1981 وبعد عودة والتر كرونكيت لقطاع الأخبار، بدأ تراجع برامج أخبار السهرة، وبفضل نمو التلفزيون الفضائي، تراجعت الشبكة إلى المرتبة الأخيرة بين الشركات الثلاث الكبرى في عام 1988، وقد أدى ارتفاع المرتبات وزيادة التكاليف لإنتاج البرامج، إلى الانخفاض الشديد في الأرباح طوال حقبة الثمانينات وارتفعت الديون إلى بليون دولار في منتصف الثمانينات.

وفي عام 1986 تمّ س لاورنس تيسك Laurence A. Tisk رئيس شركة Loerns، للبرامج الترفيهية جهوده لاستعادة نشاط الشبكة، فخفض عدد العاملين بنسبة 50% على مدى عامين، وباع بعض المؤسسات غير الإعلامية ثمّ انضم للعمل بالشبكة جرانت تينكر Grant Tinker، رئيس البرامج في شبكة NBC لتنشيط برامج وقت الذروة.

في عام 1987 انضم تيسك إلى مجلس إدارة الشبكة وأصبح المدير التنفيذي لشبكة تيفاني Tiffany وبوفاة بالي عام 1990 زادت سلطة تيسك Tisk على الشبكة وأصبح رئيساً لمجلس الإدارة.

في عام 1993 أغرت الشركة دافيد ليتزمان David Letterman للانضمام إلى فريق العمل بها، من شبكة NBC مقابل 14 مليون دولار سنوياً وفي العام نفسه أهدرت الشركة حقوقها في الموافقة على إعادة البث التي حصلت عليها بموجب قانون الفاضائيات Cable Act، لعام 1992.

وفي العام 1994 إبتاعت CBS حقوقها في بث مباريات كرة القدم لمصلحة شبكة N.F.C بعد 38 عاماً، كما فقد العديد من فروعها لصالح شبكة Fox.

بيع شبكة "C.B.S"

في عام 1995 وبعد تصويت بسحب الثقة من أحد أكبر مستثمريها قرر تسيك بيع شبكة CBS لشركة وستنجهوس الكتريك Westing house Electric، التي تفرغت للبث الإعلامي، مقابل 5,4 بليون دولار كان شراء وستنجهاس للشبكة مفاجأة شديد لمراقبي الصناعة في العالم أجمع، فشركة Westing house، كانت واحدة من ألمع وأشهر الأسماء في عالمي الصناعات الكهربائية والتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 1996 باعت وستنجهاس مؤسسة Knoll Group Furnituer Majer، ووحدة الكترونيات التابعة لها، ومؤسسة صناعة أجهزة الإنذار ضد السرقات السكنية.

وفي عام 1997 اشترت وستنجهاس شركة Infinity Broocasting مقابل 4,9 بليون دولار وأصبح رئيسها ملكارمازين Mel Karmazine، صاحب النصيب الأكبر من أسهم الشركة، وكذلك دفعت مبلغ 1,55 بليون دولار مقابل شراء TNN، CMT من مؤسسة ايلود Gaylod Enteriment، وأطلقت قناة Eye On People، التي وصفت بأنها في مركز وسط بين مجلة People وقناة "History Channel". وبعد هذه المبيعات غيرت شركة وستنجهاس اسمها إلى اسم شركة CBS ونقلت مركزها الرئيسي من بتسبرج Pittsburg إلى مدينة نيويورك.

وفي عام 1998 وافقت شبكة CBS على بيع قطاع Westinghouse process control إلى مؤسسة Emerson Electric وقطاع صناعة الطاقة النووية إلى شركة مورسيون كندسن Morrison k'nudeson وشركة British Nuclear Fuels البريطانية، كما فازت شبكة CBS بعقد مع الاتحاد القومي لكرة القدم National Football league بعد منافسة شديدة من شبكة NBC معفروعها على دفع مليون 50 مليون دولار سنويا مساهمة من الفروع في مصروفات الشركة لتغطية مباريات كرة القدم التي تقدر بـ 500 مليون دولار سنويا.

بعض اللمحات عن الشبكة

في البداية كانت البرامج الموسيقية هي الغالبة على برامج شبكة CBS⁽¹⁾ ثم سرعان ما بدأت تجارب الأعمال الدرامية.

مزجت شبكة CBS بين الدراما والأخبار، في أكثر عروضها شعبية "March of time" الذي ترعاه مجلة "Time" وقد بدأ بث هذا البرنامج عام 1931 وكان البرنامج يضم ممثلين وممثلات، يصورون شخصيات تاريخية معاصرة.

(1) www.CBS.com

تأخر دخول شبكة CBS مجال البث التلفزيوني وكان السبب في ذلك رغبة الشبكة في مواصلة البث الإذاعي من خلال موجة F.M بعد الحرب.

في عام 1932 حاولت شبكة CBS بث أخبار طوال 24 ساعة.

غطت الشبكة الحرب الأهلية في إسبانيا عام 1936 والحرب العالمية الثانية من مسارح العمليات، في أوروبا وآسيا، كما تابعت أزمة ميونيخ.

عانت شبكة CBS مما يعرف بسنوات "الرعب الأحمر" بدعوى الانتماء للشيوعية.

أنفقت شبكة CBS مبالغ طائلة لتغطية اجتماعات ترشيح الرؤساء في الولايات المتحدة.

في عام 1966 أسهمت CBS في تغطية حرب فيتنام.

رئيس مجلس إدارة CBS ومديرها التنفيذي حاليًا، هو مايكل جوردان، وعمره حوالي 1 عامًا، ويتقاضى راتبًا يقدر بنحو ثلاثة ملايين دولار سنويًا.

يقع المقر للشركة 77 , w , 52 rd street , New York.

ب. شبكة الأخبار التلفزيونية CNN Cabl News Network

تعد شبكة CNN⁽¹⁾ أكبر شبكة تلفزيونية للأخبار في العالم وتتبع مجموعة تيرنر للبث الإذاعي، وهي تهتم ببث الأخبار حية على الهواء طوال ساعات اليوم، وقد أدى استمرارها في تغطية مباشرة للأخبار- وتمكن الأخبار عن طريق الأقمار الصناعية في مختلف بقاع الأرض، تكتسب خاصية السرعة وتتفرد بالقدرة على الحضور المباشر والفوري في موقع الحدث، وبفضل ذلك استقطبت العالم، خاصة في وقت حرب الخليج 1991 من حيث السيطرة على الأخبار.

تد تيرنر المؤسس⁽²⁾:

ولد تيد تيرنر في 09 نوفمبر 1938، في مدينة مسيسنتا في ولاية أوهايو الأمريكية، وحل اسم « روبرت ادوارد تيرنر الثالث» وقد أصبح تيرنر الإذاعي الناشط والرياضي، علما وشخصية مهمة في دوائر المال والأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر القرن العشرين.

وتيرنر هو ابن مالك شركة (اللوحات الإعلانية) التي اتخذت من مدينة أتلانتا مقرا لها، ولأنه لم يواصل تعليمه في جامعة براون، فقد التحق بشركة والده، مديرا تنفيذيا للحسابات، ثم مديرا لأحد أحدث المكاتب الفرعية للشركة، عام 1960 ونظرا لبعض إخفاقاته وانتكاساته، في مجال العمل والنشاط التجاري، انتحر والده عام 1963، وبذلك وجد تيرنر نفسه مسؤولا عن إدارة الأعمال التجارية والمالية المتهالكة للأسرة، فتمكن من استعادة توازنها وبعث الروح فيها، من جديد لتحقيق أرباح مقدره.

(1) www.CNN.com

(2) www.Wikipedia.org

و في عام 1970 اشترى تيرنر محطة تلفزيون U H F القناة 17 في أتلانتا التي كانت تعاني من متاعب مالية جمة، وخلال ثلاث سنوات تمكن من تطويرها، لتصبح واحدة من المحطات القليلة المستقلة ذات الربحية العالية في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1975 أصبحت شركة تيرنر إحدى أوائل الشركات التي تستخدم أقمار الاتصالات الجديدة في البث علة قناتها «17» التي تغير اسمها فيما بعد لتصبح شبكة تيرنر التلفزيونية W T B S فتمكنت بذلك من الوصول إلى مشاهدي التلفزيون على المستوى الوطني وتمت لعد ذلك وتزايدت عائدات المحطة تزايداً كبيراً إضافة إلى مجموعة البث الإذاعي، عمد تيرنر إلى إنشاء شركتين منفردتين، غير مسبوقتين وناجحتين إلى حد بعيد وهما:

شبكة الإخبار التلفزيونية « CNN » عام 1980 وقناة تيرنر التلفزيونية TURNER NETWORK 1988 TV⁽¹⁾.

كما اشترى فريق فرسان أتلانتا «»، لمخترفي رياضة البيسبول عام 1976، وفريقي صقور أتلانتا «ATLANTA HAWKS» لكرة السلة عام 1977، ثم شركة الترفيه الشهيرة MGML UA ENTERTANMENT COMPANY التي تمتلك الاستوديو السينمائي : متروجولدن مايور من مكتبتها، التي تحتوي أكثر من 40 ألف من الأفلام السينمائية العريقة، وعندما شرع تيرنر يحدث لبعض الأفلام القديمة ذات اللونين الأبيض والأسود، إلى أفلام ملونة، واجهته عاصفة من الاعتراضات والاحتجاجات كان مصدرها جمعية السينما والنقاد السينمائيين.

وبعد فترة، اضطر تيرنر إلى بيع مترو جولدن مايور بسبب ضخامة ديونها، إضافة إلى بعض الديون الأخرى وبيع نصيب غير قليل في شركته الخاصة، كذلك وأتاح له ذلك فرصة استعادة السيطرة على إدارة مجموعة تيرنر للبث الإذاعي مع الاحتفاظ بملكية مترو جولدن مايور التي تحتوي ضمن أوعيتها مجموعة كلاسيكية نادرة من أفلام هوليوود، كما تمكن تيرنر من توسيع إمبراطوريته العملاقة في التسعينات بإنشاء شبكة الرسوم المتحركة 1992، بعد أن اشترى شركتين في شركة إنتاج الأفلام السينما الجديدة new line cinema والقلعة الصخرية للترفيه castel rock Entertainment وفي عام 1996 سعت شركة تايم ورنر إلى ضم مجموعة تيرنر للبث الإذاعي بمبلغ قدره 7.5 ملايين دولار وكجزء من الاتفاقية أصبح تيرنر نائباً لرئيس هذه الشركة الضخمة ورئيساً لكل شركات الشبكات التلفزيونية المندمجة وأخيراً فإن تيرنر هو رجل اليخوت الشهير وفاز بكأس أمريكا في سباق اليخوت 1977.

ظهرت هذه الشبكة، في غرة يونيو 1980 على يد تيد تيرنر للبث الإذاعي، وتقع مكاتبها الرئيسية في مدينة اطلانطا، وفي ولاية جورجيا الأمريكية، ولم يتجاوز إرسالها حينذاك مليوناً و700 ألف متر، وفي مطلع يناير 1982، بدأت تبث أخبارها على مدى 24 ساعة، باسم الأخبار الرئيسية وفي الأول من أبريل من العام نفسه،

وبعد الاستفادة من وسائل الاتصال الأخرى افتتحت شبكتها الإذاعية CNN RADIO، التي تبث برامج إخبارية فقط لأكثر من 600 فرع في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي 09 دول و04 قارات وفي العام 1988 افتتحت محطة CNN I التي تبث برنامجا إخباريا لمدة نصف ساعة، بمعدل ست مرات يوميا للأخبار بالاسبانية لتبث بدورها على شبكات (CNN I) في الولايات المتحدة الأمريكية وأمريكا اللاتينية وافتتحت في أوت 1995 شبكة Cnn international، التي تقدم مجموعة أخبار متعددة من العالم عبر ال«WEB» في هذه الشبكة، 16 مليون صفحة مرئية أسبوعيا، وفاز في استفتاء أجري بين قراء AMERICAN JOURNALISM REVIEWS⁽¹⁾ على أنه أكبر موقع إخباري، عام 1996 افتتحت شبكة المال في ديسمبر 1995 CNN FN وهي خاصة بأخبار المال والأعمال بصورة أساسية، وتصدر عن غرفة الأخبار، في نيويورك وفي القسم نفسه افتتحت CNN SI الخاصة بالرياضة، وتقدم لمشاهديها تقارير حية، في شأن الموضوعات الرياضية، المباريات وأحداثها وفي مارس 1997 افتتحت شبكة سي ان ان باللغة الاسبانية، لتبث برامجها باللغة الاسبانية وإلى جانب الأخبار العالمية والمحلية الموجهة إلى أمريكا اللاتينية.

التوسع والانتشار⁽²⁾:

تعد شبكة سي ان ان من أقدم الشبكات العالمية العملاقة في الولايات المتحدة الأمريكية وكان ظهورها عام 1980 مفاجأة أحدثت ثورة في مجال جمع الأخبار والتقارير وإعدادها وبثها وقد عول تيرنر منذ البداية على تأسيس مكاتب للأخبار في المدن الأمريكية الكبرى وبعض المدن الأخرى، في كثير من دول العالم، ونشر مكاتبها داخل الولايات المتحدة الأمريكية لتشمل مدن: شيكاغو، دالاس، ديترويت، لوس أنجلس، ميامي، نيويورك، سان فرانسيسكو وواشنطن، ثم مكاتبها إلى الخارج، فأنشأت 21 فرعا دوليا، في كثير من العواصم العالمية مثل عمان، بانكوك، بكين، برلين، بروكسل، بيونس آيرس، القاهرة، هافانا وهونج كونغ، جاكارتا، القدس، جوهانسبورغ، نيروبي، نيودلهي، باريس، جانيزوا، روما وسيول.

وبما أن سي ان ان هي أول من ابتكر فكرة بث الأخبار التلفزيونية على مدى 24 ساعة فقد أهلها ذلك لأن تقدم إلى جمهورها داخل الولايات المتحدة تغطيات حية وتحليلات دقيقة للأحداث المحلية والجارية لحظة بلحظة وأن تقدم في الوقت نفسه سلسلة متكاملة عن البرامج التي تنقل أحدث المعلومات والأخبار عن الأعمال والأحوال الجوية والرياضة، التسلية، المال، الصحة، العلوم والأزياء إلى جانب مقابلات وحوارات تلفزيونية وتعليقات دقيقة وتحليلات عميقة.

وتطورت خدماتها الإعلامية مما جعلها تتبوأ مركزا قياديا وعالميا فيما يتعلق بنقل الأخبار والقصص الإخبارية لجميع الأحداث الجارية في العالم تقريبا، بل أضحت مرجعا إخباريا ومصدرا لمعظم الفضائيات العالمية مما دعاها

(1) www.americanjournalismreviews.com

(2) Piers Robinson: The CNN effect: The myth of news, foreign policy and intervention Routledge taylor Francis group; 2002; P21.

إلى توسيع مراكز بثها، فأنشأت أكثر من 400 مركز بث داخل دولة المنشأ الولايات المتحدة الأمريكية و200 مركز بث عالمي، وأصبح بثها واضحا ودقيقا وذلك في أكثر من 200 دولة وتتابعه أكثر من 170 مليون أسرة منها 70 مليون أسرة في الولايات المتحدة الأمريكية و100 مليون أسرة في باقي دول العالم لأخرى، وتشير الدراسات الحديثة إلى أن CNN يمكن مشاهدتها في 600 مليون غرفة في فنادق الولايات المتحدة الأمريكية وكندا إضافة إلى مليونين و300 ألف غرفة في فنادق أوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية فضلا عن مشاهدتها في 110 صالة مطار و32,700 شاشة تلفزيونية على متن السفن المدنية و65 سفينة حربية.

الإدارة والتحرير⁽¹⁾:

يتأخر مجلس إدارة السي ان ان توم جونسون TOM JOHNSON و ينوب عنه في مهامه الإدارية والتنفيذية ستيف كورن STEV KORN وهناك مدير تنفيذي للشبكات التلفزيونية الست التي تتكون منها الشبكة الأم ويقدر الصحفيين العاملين فيها في جمع الأخبار نحو 3 آلاف صحفي من مراسل ومخرج ومذيع، وتبين الإحصائيات أن هناك 15 ألف مذيعا رئيسيا للأخبار و5 مذيعين رئيسيين للأحوال الجوية و81 مراسلا حريبا، و40 مراسلا دوليا، وللشبكة 30 مصدرا لجمع الأخبار عبر مكاتبها المنتشرة في مختلف أنحاء العالم، وتشرك قنوات تلفزيونية دولية هي:

WORLD WIDE TELEVISION NEWS وتلفزيون رويتر ووكالة أسوشيتد برس وAPTU وتعد كذلك شريكة في قنوات الاخبار التي تغطي الشرق الأوسط، تتمتع الشبكة عبر مكاتبها ومحرريها الإخباريين بقدرة كبيرة على جمع الأخبار الأساسية عبر نصف الغربي من الكرة الأرضية، كما تشارك بالنصيب الأوفر في شبكة الأخبار الألمانية لمدة 24 ساعة.

شبكات السي ان ان CNN⁽²⁾:

- الشبكة الأم سي ان ان CNN:
- شبكة الأخبار الرئيسية
- الشبكة العالمية
- شبكة أخبار المال
- شبكة أخبار الرياضة
- شبكة الأخبار الإسبانية
- شبكة الأخبار الرئيسية:

(1) www.Wikipidea.org

(2) Pier Robinson : The CNN effect: IBID P 34.

بدأت هذه الشبكة عام 1982 تبث برامجها طوال اليوم 24/24 وتقدم لمشاهديها ملخصا لأهم الأخبار كل نصف ساعة في مجالات متعددة تشمل الأحداث، الأحداث، الأعمال، الرياضة، التسلية وهي من أكثر الشبكات نجاحا في تاريخ التلفزيون ويتولى رئاستها وإدارتها التنفيذية بوب فورناد ويبلغ عدد مكاتبها 64,8 مليون مكتب إلى جانب 600 مئة ألف غرفة في الفنادق.

أخبار المال⁽¹⁾:

أنشئت هذه القناة في 29 ديسمبر 1995 وتبث برامجها في الساعة السابعة مساءا طوال الأسبوع، ويقع مركزها الرئيسي في نيويورك، وتختص بتقديم آخر المعلومات والأخبار عن المال والأعمال أولا بأول في قالب رشيق وجذاب وتفسي كذلك بأخبار الجمارك، الأسهم، السندات، الأسواق، السلع، التمويلات، التقنيات وأخبار المستهلكين وحققت لها ذلك شهرة كبيرة لكونها المصدر الرئيسي لأخبار المال والأعمال والأسواق.

تحتوي هذه الشبكة على 16 برنامجا رئيسيا، إلى جانب إعادة بث البرامج المهمة مثل CNN MONEY LINE، ويبلغ عدد المرسلين التي تستغل ارسالها 8,3 ملايين في دولة المنشأ ويتولى إدارتها الصحفي البارز في ميدان العمل التلفزيوني لودويز ويتتبع لها أكثر من 30 مراسلا ومذيعا، ضمن فريق متكامل، يضم 230 صحفيا متخصصا في مجال المال والإقتصاد، ويعمل ضمن فريقها المعلق المالي الأساسي ميردث باجي وهو من الجيل الأول وسبق أن اختارته مجلة سوينغ ضمن أقوى عشرين معلقا.

وتعد الشبكة أول شبكة رقمية لاسلكية في العالم، وأول شبكة تبث برامجها على الشاشة وعلى موقع الواب الذي يسمح لمستخدميه في أنحاء العالم بمتابعة آخر الأخبار التجارية والمال والبورصات والأسهم، إضافة إلى ذلك فهي الأولى في العالم التي تقدم برامج يومية في مجال الرياضة والتكنولوجيا والسيارات.

الأخبار العالمية:

ظهرت هذه القناة في ديسمبر 1985،⁽²⁾ وبدأت برامجها على مدى 24 ساعة، وبذلك فهي الشبكة الوحيدة في العالم التي تقدم خدمة إخبارية طوال اليوم ويمكن مشاهدتها في أكثر من 113 مليون مقر تلفزيوني في أكثر من 210 دولة عبر 15 قمرا صناعيا، ويرأس هذه الشبكة إيزون جوردان ولها أربعة فروع رئيسية هي: الشبكة العالمية في أوروبا: إفتتح هذا الفرع في عام 1985 أي عند نشأة شبكة الأخبار العالمية نفسها وتصل خدماته إلى 33 دولة، ويستقبل الإرسال 74 مليون متلق في أوروبا، و04 ملايين في الشرق الأوسط و4 ملايين في إفريقيا. ويتواصل البث في مركز الإنتاج في لندن على مدى أربع ساعات ونصف كل يوم عدا الأحد، وله 12 مكتبا في عمان، برلين، القدس، بيروت، بروكسل، القاهرة، جوهانسبورغ، لندن، موسكو، نيروبي، باريس وروما وتشمل قائمة أهم برامج هذا الفرع:

(1) www.CNN.com

(2) Piers Robinson; The CNN effect: IBID P43.

WORLD NEWS EUROP: ويث الأخبار المتعلقة بالأحداث الجارية ويعرض المنظور الأوروبي لها، برنامج عالم الأعمال اليوم WORLD BUISNES TODAY يفني بأخبار النشاط التجاري العالمي المرتبط بأوروبا و برامج الأخبار باللغة الألمانية.

الشبكة العالمية لآسيا الباسيفيكية: أنشئ هذا الفرع في أوت 1989 ويث برامجه على مدى 24 ساعة ويلتقطها أكثر من 18 مليون متلق في 29 دولة، ويستخدم هذا الفرع باللغة الإنجليزية كلغة أساسية، ثم تنقل إلى اللهجات المحلية لفترات مختلفة من خلال أفرع للث حول المنطقة وللفرع سبعة مكاتب في بانكوك وبكين، هونج كونج، جاكرتا، نيودلهي، سيول وطوكيو، وقد فُتحت مكتب هونكوكونج في 1995 مما أتاح للفرع إمكانية البث الحي للمرة الأولى، ويث الفرع برامجه لمدة تسع 9 ساعات في مل اسبوع من هونج كونج وتتركز البرامج على أخبار آسيا وهي تشمل:

WORLD NEWS ASIA ويقدم لمدة ساعة كل ليلة.

ASIA EDITION ويقدم لمدة ربع ساعة كل ليلة، ويركز على المعلومات والأخبار التي تهم المسافرين

إلى الخارج.

ASIA THIS DAY برنامج آسيا اليوم وهو برنامج أخبار يث في الصباح.

INSID ASIA⁽¹⁾ داخل آسيا ويقدم لمدة نصف ساعة كل ليلة عدا الأحد ويتعلق بالأحوال اليومية

الجارية والمستجدة.

INSID Africa: وتهتم بالقضايا الأفريقية.

INSID Midel east: ويهتم بشؤون الشرق الأوسط.

وقد أعلنت سي ان ان العالمية عن اتفاقها مع مركز البث الهندي من أجل تزويده ببرامج إخبارية تخدم المشاهد الهندي، وهذه الاتفاقية جعلت منها أول مركز بث خاص، يسمح به على قمر صناعي هندي، وتبث الشبكة إرسالها عبر سبعة أقمار صناعية في آسيا الباسيفيكية.

الشبكة العالمية في أمريكا اللاتينية:

بدأت بتقديم خدماتها سنة 1980 ووافق ذلك بداية الشبكة في أمريكا ويلتقط بثها بسهولة في كل أجزاء أمريكا اللاتينية، ثم وجه البث عام 1989 إلى هذه المنطقة عبر قمر صناعي خاص باللغة الإنجليزية، ويستقبله أكثر من 6,4 ملايين مستقبل في أكثر من 35 دولة، ولهذا الفرع خمسة مكاتب في ري ودي جانيرو، هافانا وبوينس أيرس ويتولى رئاسة هذا الفرع وإدارته التنفيذية إيسون جوردان.

(1) www.CNN/insideasia.com

الشبكة العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية:

أنشئ هذا الفرع في يناير 1995 ويث لمدة 24 ساعة في يومي السبت والأحد وفي الساعة التاسعة مساء إلى الساعة صباحا في بقية أيام الأسبوع، يمكن استقبال بثه في ستة ملايين مقر أمريكي.

القناة الإسبانية:

ظهرت هذه القناة في 17 مارس 1997 في مدينة أتلانتا وتقدم خدماتها الإخبارية طوال ساعات اليوم، وبكل اللغات عدا الإنجليزية، ويستقلها 5 ملايين مشترك في أمريكا اللاتينية، خطط لها أن تكون تابعة للشبكة العالمية في المنطقة، وتبث هذه القناة أخبارا عالمية ومحلية باللغة الإسبانية، يعدها ويقدمها مذيعون محليون إلى مواطنهم، ويتولى رئاسة القناة وإدارتها التنفيذية إيسون جوردان ويعمل رولان روس نتوس نائبا له.

إذاعة سي ان ان CNN⁽¹⁾:

انطلقت هذه الإذاعة في أبريل 1982 وهي شبكة إذاعية تقدم خدمة كاملة لآخر الأنباء وأحدث المعلومات في مجالات الرياضة والتجارة والتسليية طوال ساعات اليوم، ولها 600 فرع داخل الولايات المتحدة الأمريكية وفي تسع دول أخرى عبر أربع قارات، ويعمل في تقديم خدماتها 35 مراسلا، يتركزون في أتلانتا والعاصمة واشنطن ونيويورك ويتولى إدارتها العامة روبرت جارسيا

راديو سي ان ان نوتيسا CNN⁽²⁾:

هي عبارة عن شبكة إذاعية تقدم خدمة متكاملة باللغة الإسبانية لآخر المعلومات والأخبار التي تتناول الأحداث الجارية والرياضية والأعمال، بدأت بثها في 29 مارس 1993 من وقت الظهر إلى الساعة الثامنة مساء يومي السبت والأحد، ومن الساعة السادسة صباحا إلى الحادية عشرة مساء بقية أيام الأسبوع، وهي معنية بتقديم الأخبار والتعليقات في مجالات الرياضة والترفيه والأعمال ولعا 14 فرعا في أمريكا اللاتينية ودول البحر الكاريبي ويمدها بالأخبار 11 مراسلا يتركزون في أتلانتا وواشنطن، ويتولى منصب مديرها العام هيرب سيرا.

قناة CNN SI⁽³⁾

بدأت في ديسمبر 1998 في مدينة أتلانتا، وتبث برامج وأفلام وتحليلات رياضية طوال ساعات اليوم اعتمادا على مصادر الشبكة الأم CNN الوافدة وكان أول من غامر بتخصيص الرياضة كقناة هو وارنر تيرنر وفيها 3500 متخصص بالأخبار، إلى جانب 100 كاتب ومراسل وناشر، ويستقبل بثها 10 ملايين مقر، ويرأسها جيم والتون، بينما يتولى منصب مدير النشر فيها ستيف روبنسون.

(1) www.CNN.com

(2) www.CNN.com

(3) www.CNN/Si.com

قناة سي ان ان التفاعلية CNN INTERACTIVE

لقطاع تيرنر للأخبار ثلاثة مواقع على الوب وهي:

- CNN .COM
- CNN FN.COM وهي عبارة عن وحدة من السي ان ان متخصصة بأخبار المال.
- ALL POLITICS و هو موقع أمريكي للأخبار السياسية يتصل بمجلة تايمز

وتشمل المواقع الثلاثة مجتمعة 25 مليون صفحة مرئية أسبوعيا ويزيد عدد أعضاء الموقع الأول وحده CNN WE على 150 عاملا، في أتلانتا في غرفة رقمية للأخبار طورت السي ان ان التفاعلية، وهناك فريق عمل آخر يعمل في الموقع الثاني CNN FN .COM في نيويورك، وفي الموقع الثالث ALL POLITICS في واشنطن.

وتحتوي المواقع على نحو 100 ألف صفحة تتضمن أكثر من 120 ألف ملف للصور، 500، 21 ملف للصوت، و3800 شريط لأفلام الفيديو السريعة وزودت هذه الشبكة CNN INTERACTIVE بتقنية متقدمة، ومقدمي المعلومات مثل ORACLE و POINTCAST AIR MEDIA و PAGE NET INDISTEX GROUP INTERCAST ضمانا لتقديم محتواها على كل الوسائل التقنية الحديثة المتاحة.

وتقدم هذه الشبكة خدمة إخبارية، هي الأوسع في العالم ويتكون من 400 فرع ومحطة تلفزيونية مستقلة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وبورتوريكو علاوة على أنها تستقبل التقارير الحية من مراسليها في قلب مواقع الأحداث وتستقبل فروع الشبكة 12 مصدرا إخباريا طوال أيام الأسبوع عدا الأحد فقط لتقدم أخبارا محلية وعالمية عن الأحداث والأحوال الجوية والرياضة والطب والأعمال والتسليية والفنون المختلفة، إلى جانب شخصيات متميزة لتسويق برامجها الإخبارية.

يتلقى هذه الشبكة يوميا ثلاث مصادر إخبارية عن طريق أكثر من 200 فرع في أنحاء العالم، بدأ تقديم خدمة الشبكة في 19 أكتوبر 1987.

شبكات تيرنر الخاصة:

شبكة المطار:

وهي الشبكة الوحيدة التي تبث عبر الأقمار الصناعية، لتقدم خدمة لركاب الطائرات المسجلين على لوائح الانتظار، في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية، بدأت في تقديم خدماتها في يناير 1992، وتملك شبكة تيرنر الخاصة جميع أسهمها وتبث لمدة 24 ساعة يوميا، وتوجه بثها إلى 25 مطارا على نطاق 100 صالة في أنحاء البلاد، وتشمل المطارات المحلية الأكثر أهمية والأكثر ازدحاما وهي: أتلانتا، شيكاغو، أوهايو، دالاس وفورت وورث، وتخصص لكل مطار ستعتين تقدم خلالها تقارير دقيقة لأحداث اليوم، وتغطيات حية لمباريات NFL و NBA ويستفيد من خدماتها نحو 8,5 ملايين مسافر شهريا.

شبكة الصحة المثالية:

هي شبكة متخصصة في برامج العناية بالصحة والموجهة إلى حجرات انتظار الأطباء، بدأت في أكتوبر 1995، لتقديم البرامج المتعلقة بشعار من أجل صحة أفضل، وتركز برامجها في تقديم معلومات وقائية تستهدف العناية بالصحة مثل العلاج بالرياضة وسلامة الأطفال ونظام الوجبات، يقدمها مذيعون من وحدة الصحة في سي ان ان ويمكن استقبال بثها في 100 غرفة انتظار للأطباء وفي 25 سوقا من الأسواق الكبرى كنيويورك، تامبا، لوس أنجلس، فيلادلفيا.

شبكة تلفزيون كليات الجامعة:

نشأت في عام 1994 وهي أكبر شبكة تلفزيونية تجارية خاصة، تقدم خدماتها ل 270 كلية وجامعة، وتخصص برامجها لتقديم الأخبار التي تهم الجامعة على المستويين المحلي والعالمي، إلى جانب أخبار الرياضة والأعمال والتسلية والأحوال الجوية، وهي برامج يمكن استقبالها في صالات إفادات الطلاب والساحات العامة في الكليات والجامعات.

CNN وحرب الخليج الثانية⁽¹⁾:

لعل أهم الأحداث الإخبارية في تاريخ الشبكة هي حرب الخليج الثانية التي تتبعها الشبكة بدقة متناهية، وقدمت الأحداث حية من مواقعها عبر الشرق الوسط، وكانت أهم التغطيات الإخبارية تلك المتعلقة بعمليات قصف قنوات الحلفاء المنشآت العسكرية، والاقتصادية داخل العراق في 16 يناير 1991 ومع انطلاق شرارة حرب تحرير الكويت.

نظمت شبكة سي ان ان أعمالها ومكتبها الدولي بطريقة أهلتها لتكون المصدر الأساسي للأخبار وقليل من الناس هم الذين لا يتذكرون مغامرة التغطية الحية الشاملة عبر شاشات الشبكة مع بدء الحملات الجوية في 17 جانفي 1997، وفي هذا الصدد يؤكد المحلل العسكري الكولونيل هاري سومر أن أكثر التغطيات التلفزيونية حيوية ومغامرة أثناء حرب الخليج كانت تلك التي أجزتها شبكة السي ان ان، بالفعل تابعت هذه الشبكة تحركات 37 عضوا من التحالف المشترك ثم تحركات الحرس الجمهوري في الطرق من الناحية الأخرى كما كلفت الشبكة مراسلها جون سويني بنقل أخبار قائد القوات المشتركة ومسرح العمليات.

إنجازات محلية وعالمية كبرى:

تميزت شبكة سي ان ان بالتغطيات الحية والتحليلات العميقة للسياسة الأمريكية، وبمتابعة مستمرة لا مثيل لها لاجتماعات الحزبين الديمقراطي والجمهوري. وعلى المستوى العالمي، تمكنت سي ان ان عام 1989 من تقديم تغطيات واسعة حية ومباشرة للاضطرابات التي حدثت داخل الصين وكان يعد نقلها لأحداث هذه الاضطرابات وحركتها إحدى أعظم الإنجازات الإخبارية التلفزيونية على مدى سنوات، كما كانت قادرة على نقل تفاعلات

(1) Pierrs Robinson : The CNN effect : OP.at P50.

حل الإتحاد السوفياتي وقيام الجمهورية الجديدة وكذلك نقل محاولات الانقلاب في مناطق متعددة من أنحاء العالم، كما نجحت في تقديم الأخبار والتقارير المتصلة بشأن الحرب الأهلية في يوغسلافيا والتي استمرت لعدة سنوات.

أوسمة وجوائز عالمية:

بسبب نجاح شبكة سي ان ان المنقطع النظر في نقل الأخبار والتقارير بشأن الأحداث العالمية الكبرى في كثير من المناطق الملتهبة، فقد تلقت عددا من الأوسمة كما حصل مراسلوها على جميع الجوائز الكبرى في الصحافة التلفزيونية وإلى جانب ذلك نالت الشبكة جوائز تقديرية عظيمة مقابل أدائها الواعي في تجسيد الأحداث عبر الأخبار الحية والمباشرة ومن بين هذه الجوائز:

- جائزة GLOBLE ACE الذهبية.
- جائزة جورج ووتر بيودي GEORGE FOSTER PEABODY
- جائزة ديون كولومبيا DUPONT COLOMBIA
- جائزة جورج بولك GEORGE POLK
- جائزة إيمي EMMY
- جائزة OVER SEAS PRESS CLUB

تقدم البرامج المنظمة لشبكة سي ان ان تغطية وتحليلات عميقة لأهم الأحداث الكبرى وتبث تقارير يومية في شأن أنشطة المال والأعمال والطب والغذاء والعلوم والرياضة والأحوال الجوية والأزياء والتسلية. كما تخصص المقابلات التلفزيونية ساعات عديدة مع صانعي الأخبار بما فيها الأحاديث المذاعة، ما يضيف توسعا وعمقا إلى تحليلاتها للأخبار وتعكس إنجازات الشبكة جهدا كبيرا وحماسا وتصميما وملاحقة للأخبار والأحداث والبرامج lary king live, CNN and company, cross fire أينما كانت في بقعة من بقاع الأرض.

ج. شبكة National Broadcasting Company NBC

تعد شبكة ان بي سي الأمريكية من أكبر الشركات الإعلامية في العالم وهي تملك العديد من القنوات والشبكات التلفزيونية والإعلامية في شتى أنحاء العالم مثل شبكة NBC⁽¹⁾ التلفزيونية التي تتولى إدارتها كذلك فضلا عن 13 محطة تلفزيونية في أنحاء العالم وتمتلك في الولايات المتحدة شبكة CNBC كما تدير قناة MS NBC بالاشتراك مع شركة Microsoft إضافة إلى امتلاكها حصة كبيرة من الأسهم في مؤسستي The History Channal و Arts And Entertainment وشركة Raibou Programing Holdings وهي شركة إعلامية كبرى تضم مجموعة ضخمة من القنوات الترفيهية والرياضية منها . Madison Square Garden

(1) Hand Book on mass media in united state The Industry and its Audiens Op.at.P153.

وعلى الصعيد العالمي تمتلك شركة ان بي سي شبكة سي ان بي سي ويتولى إدارتها بالاشتراك مع مؤسسة داو جونز في أوروبا وآسيا كما تملك بالمشاركة مع مؤسسة National Geographic قنوات ان بي سي في أوروبا وقناة National Geographic في آسيا وتديرها.

تاريخ الشركة:

في سنة 1919 أسست شركتنا⁽¹⁾ Westing Hous و General Electric هيئة الإذاعة الأمريكية وبعد خمس سنوات بدأت هيئة الإذاعة الأمريكية أول بث تلفزيوني في العالم كله.

في العام 1926 أنشأت هيئة الإذاعة الأمريكية بقيادة المغامر والمخترع دافيد سارنون شركة البث القومية National Broadcasting Company لتطور البرامج الإذاعية، وسرعان ما تزايد الطلب على برامج الشبكة الإذاعية فوزعت برامجها على شبكتين حتى توفر للمستمع فرصة الاختيار .

وأخذ سارنوف يتابع تطور التلفزيون فبدأت شبكة ان بي سي تقديم أول خدمة تلفزيونية منتظمة، وكان أول ما بدأت به، تغطية افتتاح الرئيس روزفلت لسوق نيويورك الدولي في عام 1939.

وفي عام 1941 أصدرت لجنة للاتصالات الفدرالية قرارا بالألا تمتلك أي شركة أكثر من شبكة واحدة، ومن ثم باعت ال أن بي سي إحدى شبكاتها وكانت تلك الشبكة هي نواة الشركة المنافسة، American Broadcasting Company A B C وفي نفس السنة 1941، كذلك حصلت الان بي سي على ترخيص من لجنة الاتصالات الفدرالية لإطلاق محطة تلفزيونية تجارية، وأصبحت محطة تلفزيون W B N T TV نيويورك أول محطة تلفزيونية تجارية في العالم.

وفي سنة 1947 أطلقت الان بس سي برنامجها الشهير MEET THE PRESS الذي كان يهتم بالأحداث والشؤون الحارية.

وفي سنة 1953 فازت ان بي سي على منافستها سي بي اس في الحصول على موافقة لجنة الاتصالات الفدرالية، على نظام البث التلفزيوني الملون، وقدمت أول بث ملون في العالم في العام نفسه.

و خلال السبعينات انخفض جمهور الشبكة انخفاضاً شديداً كما انخفضت أعمالها التجارية الإذاعية وفي الثمانينات، استعاد الشبكة مكانتها بقيادة براندوف تاريتكوف، رئيس قطاع البرامج الترفيهية لشبكة محققة سلسلة من الأرقام القياسية، في عدد المشاهدين وكانت. العروض التلفزيونية التي قدمتها الشبكة آنذاك برامج

.The Cosby Show Miami Vice

(1) Head Sydney, and Christopher streling: Broad casting in America, 7th ed Boston: Houghton mafflin, 1994 P39

وفي عام 1986، وفي خضم نشاط الشبكة تمكنت شركة جينرال اليكتريك من شراء هيئة الإذاعة الأمريكية مقابل 6,4 بليون دولار مما أعاد انبي سي إلى أصولها وعلى الرغم من المحاولات العديدة التي قامت بها الشبكة لإعادة شعبية البث الإذاعي، إلا أنها قررت ترك هذا المجال فباعَت سبع محطات من محطاتها الثمانية في 1988⁽¹⁾ وفي عام 1992 تمكنت شبكة انبي سي من شراء شبكة FINANCIAL NEWS NETWORK ودمجها مع سي انبي سي .

كان عام 1993 عاما عسيراً على الشبكة، فقد هبطت إلى المرتبة الثالثة وكان عليها أن تقدم إعتذارها لشركة جينرال اليكتريك بسبب إذاعتها لأخبار كاذبة عن انفجار خزانات الغاز كما خسرت الشبكة في العام نفسه المذيع الشهير دافيد ليتزمان، مذيع برنامج LATE NIGHT⁽²⁾ الذي انظم إلى شبكة سي بي اس مقابل 14 مليون دولار سنوياً.

و سرعان ما استعادت شبكة انبي سي مكانها في عامي 1994 و، 1995 بمجموعة ضخمة من البرامج وفي مقدمتها ER في المرتبة الأولى من عدد المشاهدين أما في عام 1996 أطلقت شبكة ان بي سي محطاتها سي ان بي سي أوربا وهي قناة فضائية تهتم بشؤون الأعمال والتجارة تعمل 24 ساعة وقد وافق ذلك العام بداية بث قناة MSNBC .

وفي عام 1997، أعلنت انبي سي عن خططها لتقديم عروض فيديو حية بموقع MSNBC على الانترنت وفي العام نفسه، وافقت كل من محطة سي انبي سي ومحطة Connexion financier التابعة لشبكة TELEVISIA GROUP التي تهتم بأخبار الأعمال والتجارة وتبث على مدار الساعة باللغة الإسبانية، على الترخيص، بث برامجها في أمريكا اللاتينية وإسبانيا.

وفي عام 1998، كشفت ان بي سي النقاب عن طلبها من الشركات التابعة لها، المساعدة في تحمل تكاليف البرامج المرتفعة، وتتضمن خططها تحويل 200 مليون دولار تدفعها ان بي سي سنوياً للشركات التابعة لها، إلى صندوق تملكه الشركة الأم والشركات التابعة وفي أواخر العام نفسه وفي محاولة لتعزيز موقعها على شبكة الانترنت، وافقت شبكة انبي سي على شراء 19 % SERVICE SNAP.COM، التابعة لشبكة CNET مقابل 26 مليون دولار وتعطي هذه الصفقة شبكة ان بي سي الفرصة لزيادة حصتها في SNAP.COM إلى 60 %
لمحات عن الشركة⁽³⁾:

تباهى هذه الشركة التي تسمى الطاووس الملونة التابعة لشبكة انبي سي (واحدة من شركة جينرال اليكتريك) التي تتخذ من نيويورك مقراً لها، أعلى نسبة مشاهدين بالمقارنة مع شبكات سي بي اس أو اي بي سي

(1) www.NBC.com

(2) www.wikipedia.com 12/20/2008

(3) History of mass media in USA : Op-at P134.

أو فوكس إضافة إلى أن شبكة تلفزيون ان بي سي التي تخدم 12 محطة تملكها شركات، وأكثر من 200 محطة فرعية أمريكية تدير ان بي سي قناتين تبثان على مدار 24 ساعة منها قناة سي ان بي سي، بالأشتراك مع داو جونز كما تملك حصصا في قنوات تلفزيونية أخرى مثل COURT TV

على الرغم من أن ان بي سي أضاعت مسلسل BAY WATCH من يدها عام 1991، إلا أن مجموعة عروضها تسيير بخطى ثابتة على مدار الأعوام الأخيرة وتشمل قائمة عروضها الحالية برنامج ER وهو واحد من أكثر البرامج التلفزيونية شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، وبرنامج DATA LINE N B C، وبرنامج FRASIER، وبرنامج MAD ABOUT YUO، وبرنامج MEET THE PRESS وتواجه الشبكة مستقبلا يكتنفه الغموض، فقد توقف برنامج SEINFELD في ماي 1998، ووجدت ان بي سي نفسها لأول مرة منذ 33 عاما من دون مبريات الدوري القومي لكرة القدم، NFL NATIONAL FOOTBALL LEAGUE على خريطتها، ولمواجهة هذا الموقف تحاول مع شركة تايم وارنر إطلاق دوري كرة القدم خاص بهما، في عام 1999 لمنافسة الدوري القومي ولتجنب المزيد من الخسائر، عقدت اتفاقا مدته ثلاثة أعوام لبث برنامج ER مقابل 13 مليون دولار للحلقة الواحدة وهو يعد مبلغا قياسيا.

ورسخت شبكة N B C وجودها خارج الولايات المتحدة من خلال القنوات العادية والفضائية، عبر شبكة C N B C التلفزيونية التي تهتم بأخبار الأعمال والتجارة في أوروبا وآسيا؛ لتشمل خطوط شركة ان بي سي الإعلامية شركة N B C DIGITAL PUBLISHING أسطوانات مدججة NB C ON LINE وهي مواقع للأخبار والرياضة والترفيه على الشبكة العنكبوتية العالمية، إضافة إلى مشروع مشترك مع شركة ميكروسوفت في مشروع آخر وهو القناة الإخبارية M S N B C

• تسهم شبكة ان بي سي بحوالي 6% من إجمالي عائدات شركة جينرال اليكتريك

• المقر الرئيسي ROCKEFELLER_ NEW YORK 30

• الرئيس والمدير التنفيذي ROBERT WRIGHT

• عدد العاملين في عام 1997 6500

الشركات المزودة

أ. شركة راديو أمريكا:

كان إسمها سابقا (1919-1969) شركة راديو أمريكا وهي مجموعة ضخمة للإلكترونيات، البث الإذاعي وكانت إحدى وحدات شركة الكهرباء العامة. GENERAL ELECTRIC COMPOX GE⁽¹⁾ ومن الشركات التابعة لها شركة الإذاعة الوطنية مقرها جميعا في مدينة نيويورك.

(1) Domonick Josh, Bary sherman, and Gary Copeland Broad Casting/ calile and Beyound, 3 ded, New york ;Mcraw Hill 1996 P 46.

أنشأت هذه الشركة في البداية مؤسسة لراديو أمريكا على يد شركة الكهرباء العامة، عام 1919.

ب. ماركوني للبرقيات اللاسلكية الأمريكية:

أسست عام 1899 وتعد شركة ماركوني ملكا لشركة بريطانية، كانت في ذلك الوقت هي القادرة على التعامل مع اتصالات الراديو التجارية عبر الأطلسي ثم آلت ملكيتها إلى شركة الكهرباء العامة، بمساعدة سلاح البحرية الأمريكي الذي كان يتطلع بشدة إلى الاحتفاظ بالتقنية في الأيدي الأمريكية، وفي السنوات الخمسين التالية تولى قيادة الشركة دافيد سارنوف الذي تمكن من بناء الشركة وتحويلها إلى مجموعة اتصالات حديثة.

وفي عام 1920 أحرزت شركة وستينج هاوس متوقفة على شركة راديو أمريكا في التوصل إلى بث إذاعي تجاري، غير أن سارنوف إقتفى أثر وتوصل إلى أول بث إذاعي رياضي عام 1924 وفي عام 1926، أسست شركة الإذاعة الوطنية ان بي سي لتواصل جهودها شركة راديو أمريكا ونشاطها وفي عام 1929 ضمت الشركة إليها شركة فوكس تجريبي وتبع ذلك تسويق أجهزة التلفزيون الأبيض والأسود، وفي عام 1946، وبعد أربع سنوات ظهر التلفزيون الملون وفي هذه الأثناء حررت ان بي سي نفسها من إحدى شبكاتها وهي الشبكة الزرقاء، التي أصبحت فيما بعد شركة إذاعة.

وفي عام 1986 تمكنت شركة الكهرباء العامة من ضم شركة راديو أمريكا مقابل أكثر من 6 ملايين دولار، وبها ظهرت أكبر شركة غير نفطية على الوجود في ذلك الوقت، كما نشطت شركة راديو أمريكا في مجال تقنيات الفضاء والتقنيات العسكرية وفي مجال الاتصالات عبر الأقمار الصناعية وفي العام 1987 باعت شركة الكهرباء العامة أجهزة لتصنيع الإلكترونيات المستهلكة الخاصة بـ RCA لشركة طومسون براندت الفرنسية Thomson Brandt -.

ج. شركة TIME WARNER

تعتبر أكبر مؤسسة إعلامية ترفيهية في العالم، وجاء تأسيسها نتاجا لاندماج مؤسسة تايم للنشر ومجموعة الترفيه، شركة وارنر للاتصالات عام 1989، وانضمت إليها مجموعة تيرنر الإذاعية عام 1996، أنشأها هنري لوس وبرتون هادن المتخرجان من جامعة يال عام 1922 مبانها الرئيسية في مدينة نيويورك مسيرها الحالي السيد رشارد برسونس (*)

وتشمل إصدارات مؤسسة تايم: المجلات وأغلفة الكتب المصقولة والكتب الهزلية الساخرة والموسيقى التسجيلية والقصص المصورة والصور المتحركة وبرامج التلفزيونية وإذاعية للتوزيع.

كانت المجلة الإخبارية الأسبوعية الأولى في العالم هي أولى إصدارات مؤسسة تايم التي ظهرت في مارس 1923، أما الإصدارات اللاحقة مجموعة مجلات المؤسسة فتشمل:

(*) Richard Parsons: من مواليد بروكلين بنيويورك، خريج جامعة هاواي من معهد الحقوق والعلوم الإدارية، عمل كمستشار لحاكم نيويورك السيد نلسون روكفيلر، وعمل في البيت الأبيض كمساعد عندما حصل نلسون روكفيلر نائب الرئيس الأمريكي الراحل فورد، وكذا هو مؤسس "AOL" American on lines.

- فورتين FORTUNE صدرت عام 1930 وهي مجلة خاصة بالأعمال.
- LIFE صدرت عام 1936 وتوقفت عام 1972 ثم عاودت الصدور عام 1978 وهي مجلة أسبوعية مصورة.
- SPORTS صدرت عام 1954 وهي مجلة رياضية أسبوعية.
- MONEY صدرت عام 1972 وهي مجلة شهيرة معنية بالاقتصاد الاستهلاكي.
- PEOPLE صدرت عام 1974 وهي مجلة شهيرة تركز على الشخصيات الشهيرة.

مجلات الشركة جزء من مجموعة الأخبار والمعلومات التي تشمل أيضا كتب تايم واللايف والناشر ونادي الكتب الشهري، وراجت كتب تايم ولايف عام 1980 وتصدر الآن سلسلة كتب وعناوين منفصلة بعشرات اللغات وفي عام 1986 اشترت مؤسسة تايم سكوت فورسمان وهي إحدى الشركات الضخمة الناشئة للكتب، غير أن تايم باعت هذه الشركة عام 1989⁽¹⁾، وأتاح انضمام مجموعة تيرنر الإذاعية إلى مجموعة الأخبار أن تنضم إليها شبكة CNN، واتجهت مؤسسة تايم في الخمسينات إلى البث الإذاعي وصناعة الترفيه غير أنها أعلنت عام 1970 بيع ممتلكاتها الإذاعية من أجل التركيز على البث التلفزيوني، ثم اشترت في السنة التالية حصة في المؤسسة الأمريكية للتلفزيون والاتصالات وهي شبكة تلفزيونية كبرى، أنشأت في عام 1972 الصندوق المنزلي والتي أصبحت من أكبر منتجي البرامج التلفزيونية، ثم اشترت مؤسسة تايم عام 1978 الإمتياز الكامل للتلفزيون والاتصالات الأمريكية وفي عام 1983 أقدم الصندوق المنزلي HBO على مغامرة اندماجية مع مؤسسة CBS ومنظمة كولومبيا لصناعة الأفلام من أجل تأسيس شركة TRI STAR PICTURE الصور المتحركة والتي دخلت فيما بعد تحت نفوذ كولومبيا وسيطرتها وفي عام 1989 اندمجت مؤسسة تايم مع مؤسسة وارنر للاتصالات وهي وسيلة كبرى للإعلام والترفيه، انتقت من أستوديو وارنر إخوان للصور المتحركة.

وارنر للاتصالات أستوديو ضخمة للتلفزيون والصور المتحركة وهي في الوقت نفسه من أكبر منتجي الموسيقى التسجيلية في أمريكا ومحطة ضخمة للبث التلفزيوني، اشترت تايم وارنر محطتين ضخمتين للبث التلفزيوني هما شركتي هوستون للصناعات والتلفزيون الكابلي للصناعات في عام 1995

الخدمة العمومية في التلفزيون الأمريكي:

كانت الخدمة العمومية في التلفزيون الأمريكي أكثر من 30 سنة، وخلال هذه الفترة التي عملت فيها كانت مهمتها المنجزة معتبرة جدا، إلا أن العراقيل السياسية والمالية، كانت دائما تحيلها دون ذلك، فإلى غاية 1967 كانت تعرف تلفزيونات المحطات غير التجارية، بأنها محطات للتربية والتعليم، وبعد 1967 قرر الكونغرس

(1) www.timewarner.com 2013/10/10

عن موقع الشركة تايم وارنر الأمريكية

قانونا أجاز فيه تخصيص غلاف مالي يذهب إلى بناء مؤسسات للبث العمومي . Corporation for public broadcasting (c.p.b)⁽¹⁾

وذلك لتمويل البرامج التي تهدف إلى تقديم خدمة عمومية, كما قامت الحكومة كذلك بتأسيس ما يعرف ببث الخدمة العمومية (P.B.S), إلا أنه سرعان ما حلت بعض النزاعات بين هذه المؤسسات حول تسيرا لبرامج ومراقبتها.

كما لقي (PBS) مشكل آخر في عهد الرئيس الأمريكي السابق نكسون "Nixon" عند اتهامها بأنها ضد إدارته آنذاك، ففرقلها ماديا، ثم تراجع عن قراره ودفع بعض فواتيرها المستحقة، في إضافة ثانية أن هناك بعض القنوات بالكابل؛ بدأت تميل نحو تقديم خدمة عمومية لذلك أحدثت نوعا ما حرقا في جمهور تلفزيون الخدمة العمومية، وهذه بشهادة خبراء في الإعلام وعلم الاجتماع بأن معظم برامج التلفزيون العمومي قد حولت إلى نظام الكابل أو على شكل شرائط مسجلة .

ومن النتائج التي ترتبت عن هذا التحول، قلة التمويل الفدرالي بخصوص هذه البرامج، و التلفزيون العمومي على الخصوص؟

وأصبحت قنوات الكابل من أهم أصدقاء الجمهور أي أكثر من تلفزيون الخدمة العمومية بكثير. ولكن الغريب في الأمر أن محطات التلفزيون العمومي التي تعمل على نظام "UFF" ذهبت على الكابل وذلك بمساعدة النظام الكابل لمساعدة هذه المحطات وفعلا زادت تغطيتها لأنها محلية بالطبع وزاد جمهورها عن طريق توسيعها لتغطيتها. وزادت تلفزيونات الخدمة العمومية من أنشطتها عبر الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن وصلت إلى 90 عرض كل أسبوع.

وفي منتصف الثمانينات أي في عهد إدارة الرئيس الراحل "ريقان" قطعت إدارته مصدر التمويل لهذه القنوات وقررت تجميد مساعدتها المالية حتى على القنوات الحالية آنذاك وتدخل الكونغرس لبقاء بعض المساعدات.

وأصبح تمويل النظام العمومي PBS مشكل سياسي كبير في بداية 1990 وعلى هذا الأساس كان لازما على محطات الخدمة العمومية أن تنظر إلى مكان آخر لطلب التمويل ومن المصادر التي لجأت إليها هي: التبرعات من عند المشاهدين، وبيع دليل البرامج حتى أصبحت البعض منها تمارس الخدمة التجارية، وعلى العموم فإن خدمة التلفزيون العمومي أصبحت غير واضحة فمثلا شبكة Art Entertainment وقناة Discovery تحملان برامج تصنف على أنها خدمة عمومية، أو بث عمومي على الأرجح وعادت قنوات الخدمة العمومية لبث بعض البرامج التي تبثها الشبكات على الكابل وهي برامج ربحية أو تجارية، كما تلقت بعض الدعم من الحكومة وكذا السكان في 1990، إلا أنها راجعت برامجها في تركيزها على صناعة القرار أي البرامج التي تحمل المساهمة في صناعة القرار وهي نظرة منها للتنوير، وبرامج لا تكلف كثيرا .

(1) آرني ويسيرج المدير العام لشركة الاذاعة الفنلندية هلسنكي فنلندا التقرير الاتصالات والمعلومات في عام 1999-2000 مرجع سبق ذكره ص 83.

المبحث الثالث: ملكية وسائل الاعلام الأمريكية.

الصحافة المكتوبة:

ما يميز الملكية الخاصة للصحافة المكتوبة في الولايات المتحدة الأمريكية هي: التمرکز للملكية، حيث نجد شركة واحدة تملك سلسلة من الجرائد والمجلات.

انخفاض عدد المدن التي تملك جرائد وانحصارها على مدن كبيرة فقط كنيويورك، وأطلانطا، وتأتي أهم الشركات الكبرى التي تملك هذه الجرائد هي شركة Gannett company بـ 92 يومية، بـ 06 مليون نسخة، وتأتي في المرتبة الثانية شركة Knight-Ridder News papers inc التي تملك 31 يومية، بـ 3.4 مليون نسخة، بالإضافة إلى شركات أخرى مثل DawJones, Times Mirror company⁽¹⁾.

تنامي الجماعات المالكة للصحافة المكتوبة:

إن فكرة أو اتجاه المجموعات المالكة للصحافة المكتوبة، في الولايات المتحدة الأمريكية، ليس بالجديد وإنما هو قديم يعود إلى 1900، عندما كان هناك ثمانية مجموعات تملك هذه التجارة. وبدأ عدد المجموعات يكبر تدريجياً إلى غاية 1970 حتى أصبح 157 مالك.

مع بداية 1996، عدد المجموعات المالكة بدأت تنخفض، إلى أن وصل إلى 130 أي 9/4 من اليوميات الأمريكية بنسبة 80% من الطبع.

ففي سنة 1995 قررت شركة Gannett شراء شركة Multimédia, inc بـ 1.7 بليون دولار أمريكي، ولهذا العملية التجارية تكون قد تحصلت 60 يومية وجرائد أسبوعية، وعدد من المحطات التلفزيونية.

وفي سنة 1996 اشترت شركة A-H، Helo corp شركة Providence Journal company بـ 1.5 بليون دولار. وفي سنة 1997 شهدت أكبر عملية بيع وشراء عندما وقعت شركة The knight Ridder company بـ 1.65 بليون إلى شركة "Walt Disney" تشتري منها The Kansas City Star و Works Star telegram وصحيفتين

وتملك شركة The Gannett 15 محطة تلفزيونية، و13 إذاعة، وتملك New York Times 26 يومية و11 مجلة ومحطات تلفزيونية وإذاعية. ونجم عن هذا التجمع للشركات وشراء بعضها للبعض الآخرين انعدام المنافسة لأنها أصبحت في تكتل واحد، فمثلاً سنة 1923 كان هناك أكثر من 500 مدينة فيها أكثر من صحيفتين تتنافسان

ومع بداية 1997 لم يبق إلا 37 مدينة، ومنهم 17 جريدة بانضمامها إلى الشركات الكبرى في إطار تنسيق ما يسمى (Joint operating agreement) وهذا يأتي بقرار أو صيغة من المحكمة تبقي الجمع بين

(1) Joseph - R. Dominick: The dynamics of mass communication Op-at P 108.

جريدتين في تجمع واحد حينما تعلن الأخرى عن الإفلاس. ومثال على هذه العملية لعدة جرائد منها
Cincinnati, El paso ,Tustice و Nashville

جدول يبين التجمعات الكبرى للجرائد⁽¹⁾:

اسم الشركة	عدد الصحف المملوكة	الصحف التابعة
Gannett co –inc	92	usa to day -Detroit news
knight-Ridder inc	31	Philadelphia inquir, droit free press
New House News Papers	25	Cleveland plain dealer tention times
Time mirrore	9	New day, los Angeles times
Dow Jones Rco-inc	20	The Wall Street Journal, san city douly News

صناعة الصحافة:

على العموم تملك هذه الجرائد تقريبا نفس الهيكل التنظيمي في إنتاج الأخبار وصناعتها، وهي تحتوي على ثلاثة أقسام رئيسية:

- الناشر: الذي يرسم السياسة الداخلية والخارجية للجريدة، من حيث الإعداد والافتتاحية وضبطها ثم تأتي الأقسام.

- القسم الأول: قسم الأعمال، أو القسم التجاري.

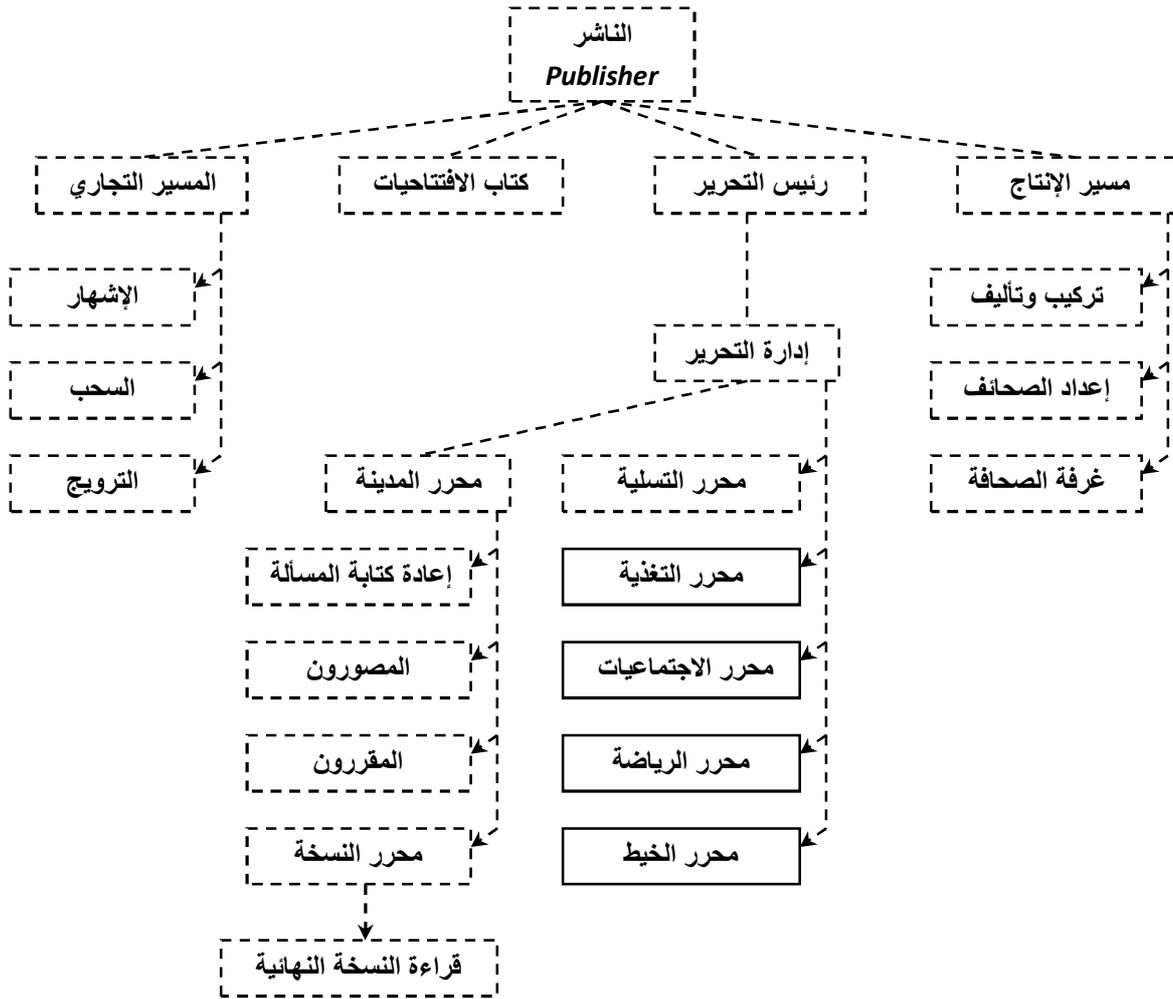
- القسم الثاني: قسم الإنتاج، والقسم الثالث: التحرير وإعداد الافتتاحيات، والأخبار.

كما أن هناك مراسلين من وراء البحار، يزودون الجرائد بالأخبار، بالإضافة إلى الاعتماد على Association press و united press internetal " كما لكل مدينة رئيس تحرير، يسهر على إعداد وملاحظة الإخبار المحلية، ويختص كل صحفي بتغطية خاصة لموضوع ما أو اختصاص في تخصص معين، كالصحفي المختص في تغطية المحاكم، وآخر في قضايا الشرطة والمطاردة، بالإضافة إلى هناك قسم خاص، بالصحة، والرياضة، والتجارة، والخدمات.

يقوم محرروا الخط بتصوير الأخبار، وجمعها في الشركات الكبرى والإعلام، والوكالات الدولية، ويختارون الصحف الإخبارية المناسبة، بوضع عناوين رئيسية.

(1) Joseph – R. Dominick: The dynamics of mass communication Op-at P 109.

والرسم البياني بين الهيكل التنظيمي في الجريدة، في و،م،أ.⁽¹⁾



نموذج إنتاج الأخبار وتقسيم المهام في الصحف الأمريكية.

الملكية الإذاعية:

إن قانون الاتصال لسنة 1996 غير كثيرا في ملكية القنوات، ونتج عن ذلك 4.9 بليون دولار، عندما احتللت شركة Infinity and C.B.S/ Westing House مما انجر عنه 83 محطة متمركزة في 15 سوقا، وأصناف المحطات في العشر الأوائل في الأسواق.

وهناك ثلاث معاملات تجارية تمت بين شركة Viacom, Evergreen Media, Chanellor Broadcasting التي أنشأت شركة "Chanellar Media Corp".

نتج عن هذا التحالف 103 محطة إذاعية مسيطرة في 21 سوق.

أما الاتجاه الذي نتج عن طريق Jacar communication(I.N.C) دخلت بقيمة مالية مقدارها 115 مليون دولار في اتحادها مع Citicaster, inc نتج عنه 19 محطة إذاعية.

(1) زيارة إلى مقر جريدة نيويورك تايمز بمدينة نيويورك 20/02/2005.

والجدول الآتي يوضح الشركات الكبرى المسيطرة في عالم الإذاعة.

الشركة	المحطة	عدد المستمعين بالمليون
Capstar	301	2,9
Jacor	180	2,4
c, b, s	171	2,2
clear Channel	167	1,4
chanellor media	99	0,8

إحصائيات 1998 مأخوذة من تقرير الصناعة. www.kisw.com.

ملكية التلفزيون الكابلي:

التلفزيون والملكية:

يخضع التلفزيون أو الشبكات التلفزيونية في و.م.أ الملكية التكتلات أي من يملك المال أكثر وليس ملك للحكومة أو الدولة وعلى هذا الأساس تأتي الملكية للشبكات التلفزيونية على النحو التالي :

شبكة NBC : تخضع ملكية شركة جنرال إلكتريك: Jeniral electric هذه الشركة العملاقة التي تنتج المواد الكهربائية، الطيران والفضاء ومحركات الطائرات، وتملك كذلك في عالم التلفزيون بأنواعه، الكابل والأقمار الصناعية ومن أهم المحطات التابعة لشركة (GE) : (CNBS) و (MSNBC) ومحطة (Court TV) بالإضافة إلى شركة صناعة الفيديو .

أما شبكة ABC فهي مملوكة من طرف شركة والت ديزني " walt Disney company " وهي شركة متعددة الاختصاصات والأعمال، كامتلاكها لفريق الهوكي؛ وكذا محلات تجارة تجزئة بالإضافة لامتلاكها محلات وجراند وشركات متفرعة في الإذاعة والتلفزيون والتسجيلات الصوتية وإنتاج الأفلام وشركات الكابل والأقمار الصناعية .

شبكة FOX: التي يملكها إمبراطور الإعلام " روبرت مردوخ " وتستثمر في مجال الإعلام وصناعة الأفلام وتملك أكثر من 20 محطة تلفزيون بين الكابل والأقمار الصناعية وشركات التسجيل بالإضافة إلى الصحف اليومية والمجلات ودور الطبع ونشر الكتاب .

شبكة CBS: كانت تابعة أو مملوكة من طرف شركة Westing house منذ سنة 1995، وفي سنة 1998 أصبحت في التنظيم الجديد الذي يسمى CBS corp (pure) وهي شركة إعلامية تستثمر في مجال الإعلام من إذاعة وتلفزيون وكذا الكابل

أما الشبكتان الجديدتان: WB و UPN يعتبران من أكبر الشركات مثلا شبكة B W مملوكة من طرف شركة " time warner "، وشبكة UPN تخضع لتجمع أو منظمة viacome poramant وهذا راجع لقانون الاتصال سنة 1996 الذي أجاز بالحق بامتلاك لأكثر المحطات سواء التلفزيونية أو الإذاعية، لذلك ظهرت هذه التكتلات التي سيطرت على أسواق الإعلام الكبرى المقدر ب 100 سوق .

من يملك نظام الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية:

لقد حذا نظام الكابل حدو بقية الميديا الأمريكية وأصبح صناعة إعلامية قائمة بذاتها حيث استثمرت هذه الشركات، والتوزيع في البرامج وغيرها من الأعمال المتصلة، مثلا شركة (TCI) تملك جزءا من شركة Turner .T.N.T, WBTS, CNN, Broad Casting System تملك كذلك جزءا في شركة Discovery ومحطة Court TV وكذا قناة التسلية العائلية وتلفزيون "E" للتسلية والجدول التالي يبين أهم شركات الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية

النظام	عدد المشاركين بالمليون
TCI	14,4
Time warner	12,3
U.S WestMedia groop	5,2
Comcast	4,3
Cox Communications	3,3

المبحث الرابع: اقتصاد الصناعة الإعلامية

لقد أفرز التلفزيون الصناعي على زيادة كبيرة في المداخيل منذ 1950 وهذه الزيادة صارت في أسواق المال والأعمال كما أصبحت تسيل لعاب الكثير من الشركات المهمة، كما سلف الذكر في ملكية التلفزيون . حيث بلغت مداخيل التلفزيون الأمريكي في 1997 بـ 42.5 بليون دولار هذه المداخيل سواء من المحطات المحلية أو الشبكات الكبرى، وهذا الدخل المقدر بـ 42.5 بليون هو نتيجة بيع الوقت للإعلانات، حيث تضع المحطة التلفزيونية أو الشبكة أو نظام الكابل وقتنا مخصصا للإعلان يقاس بالثانية وأحيانا بالدقيقة خلال الساعة، ويأتي هذا الإعلان من ثلاثة مصادر رئيسية ومهمة وهي:

- 1- الإعلان أو الإشهار الوطني (المعلنين عبر الوطن) هؤلاء المعلنين هم الذين يبيعون أدوات كبيرة كالسيارات والمشروبات وغيرها ويريدون الوصول إلى أكبر جمهور عريض وعادة يفضلون الشبكات الكبرى ونظام الكابل .
- 2- أما الإشهار الوطني: هذا النوع من الإشهار هو عكس الأول بحيث هناك معلنون يركزون على مناطق معينة من البلاد أو جهات، لأن سلعهم لا تصلح في أماكن أخرى مثلا منتجي الآلات الفلاحية لا يستطيعون الترويج لها في مدينة نيويورك، فيبحثون عن نقاط إشهار معروفة في الأسواق الفلاحية .
- 3- الإشهار المحلي: وهي الشركات المحلية تشتري الوقت من الشبكات والمحطات المحلية للترويج لمنتجاتها. وتتراوح تسعيرة الإشهار من محطة إلى أخرى مثلا بعض المحطات يصل ثمن 30 ثانية إلى من 100 دولار إلى 200 دولار أمريكي وهذه المحطة في سوق صغيرة وفي نفس الوقت يصل إلى 1000 دولار / 30 ثانية في الأسواق الكبرى.

وكذلك الحال بالنسبة للشبكات مثلا سنة 1998 وصل متوسط 30 ثانية في الشبكات عند البرامج تانم إلى 160.000 دولار أمريكي . ويبلغ الحد الأدنى في مبيعات الوقت الإشهار إلى 450.000 دولار أما الحد الأدنى فوصل إلى 85.000 دولار أمريكي .

أين تذهب عائدات الإشهار والتلفزيون؟

تذهب عائدات التلفزيون من الإشهار إلى إنتاج الحصص و البرامج وهي صناعة في حد ذاتها . فأحيانا تبلغ مصاريف الإنتاج 800.000 إلى 900.000 دولار لنصف الساعة من الإنتاج خاصة في البرامج ذات الجودة العالية والتي تسمى "Hit shows" كبرنامج "Seinfeld" وعرض "ER" الذي كلف في حدود 1,5 إلى 1,75 مليون دولار أمريكي

مثلا شبكة (A.B.C) أنفقت 3 مليون دولار أمريكي في كل يوم مساء اثنين من أجل كرة القدم. بالإضافة إلى مصاريف الإدارة والأخبار والنقل والتجهيزات وغيرها من المصاريف .

تجارة الفيديو:

تعتبر تجارة الفيديو في الولايات المتحدة الأمريكية، أول تجارة ناجحة إلى حد الآن، فحسب إحصائيات قدمت في 2001، فإن 14 بليون دولار هي المصاريف التي صرفها الناس في الذهاب إلى السينما عبر العالم 01 بليون دولار فقط من الشعب الأمريكي، وهو رقم مرتفع جدا بنمو يقدر ب 75% منذ 1991 إلى 2001، كما أن هناك عائدات من دور الفيديو (DVD)، وتمثل في البيع والإيجار، وتأتي في مقدمتها الموسيقى التي احتلت حصة الأسد.

في إحصائيات 2000 حيث وصلت مبيعات الموسيقى إلى 37 بليون دولار، كما أن ألعاب الفيديو لم تكن بمنأى عن هذه التجارة فقدرت مبيعاتها سنة 2002 ب 31 بليون دولار.

إن هذه العائدات من الفيديو الأمريكية، لم تقتصر فقط على الشعب الأمريكي، فإن نصف هذه العائدات قادمة من الأسواق الأجنبية. ومع ازدياد الناس وإقبالهم على اقتناء أجهزة التلفزيون و VCR وكذا الهوائيات المقعرة في تنامي مستمر.

في الوقت التي تظهر فيه الأفلام الأمريكية في أكثر من 150 دولة في العالم، هذا يعني أن برامج التلفزيون تسيطر على 125 سوق في العالم بما فيها الفيديو و VCR.

وتتبع شركة الهليود على صناعة الأفلام، والتي تعمل في صناعتها وسهولة الفهم، وقابلة والحشد وعامة جدا، إلا أن هذا لا يعني بقية الأفلام، غير ناجحة، فإن فيلم التيتانيك كانت مداخله 02 بليون دولار. في حقيقة الأمر فإن أفلام الواقع Action، لا تكلف كثيرا على غرار بقية الأفلام، فمثلا ميزانية الفيلم الواحد (أي المعدل لكل فيلم يقدر ما بين 75 مليون دولار و 100 مليون دولار).

كما ارتفع عدد اللانفاق على وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، من 5% في عام 1960 إلى أكثر من 45% مع العام 1996، كما ارتفع إلى 50% سنة 2000 طبقا لإحصائيات وزارة التجارة الأمريكية (مكتب الإحصاء، ومكتب التحليل الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية وخلال الفترة 1990-1995 فإن صناعة الفيديو وبالضبط سنة 1998 بلغت عائداتها 683 ألف مليون دولار.⁽¹⁾

صناعة تقنيات المعلومات والاتصال:

تشمل صناعة تقنيات المعلومات والاتصالات تصنيع أجهزة وحدات الاتصالات عن بعد، والحاسوب وأشباه المواصلات، وأجهزة الكترونية أخرى، وكذلك توفير خدمات الاتصال عن بعد، وخدمات الحاسوب ولبرامج. وتسيطر بعض الشركات العملاقة على السوق التقنية كشركة جنرال اليكتريك وميكروسفت.

(1) ح هاميليك مدير مركز الاتصال وحقوق الإنسان وأستاذ لاتصالات الدولية بجامعة أمستردام هلندا عن فصل التنمية البشرية التقرير الدولي للاتصالات اليونسكو 2000.

أهم الشركات الرائدة في عالم صناعة التقنية المعلومات والاتصال لسنة 1998 في و.م.ا.

الأرباح النسبة المئوية بالنسبة للمبيعات	الأرباح بـمليون دولار	العائدات (بالمليون دولار)	اسم الشركة
9%	4638	53261	.ش. التلفزيون والتلغراف الأمريكي
8%	2455	30194	. بيل انتلاتيك
6%	1474	24856	. اتصالات جهاز الأعمال بالأعمار
12%	2794	23260	. العامة للتلفون والالكترونيك
00%	02	19603	. الاتصالات للميكروويف
14%	2296	15998	.ش. أميريتش
8%	6093	78508	IBM-
7%	3119	42895	-هيوليت ياكارد
8%	1855	24584	-كومباك للحسابات
8%	1452	18166	-أكسيروس
1%	141	13047	-الأجهزة الرقمية
8%	944	12327	- ديل الحاسبات
28%	6945	25070	- انتيل
17%	1805	10562	- أجهزة تكساس
9%	8203	90840	- جنرال اليكتريك
4%	1180	29794	- موتورولا
2%	541	26360	- لونست للتقنيات
5%	731	15236	- النظم الإلكترونية للبيانات
31%	4490	14484	- ش. ميكروسفت
13%	1000	7524	- ش. أوراكل
18%	224.5	1254	- أجهزة الحسابات
30%	235.1	798	- BMC للربح

وحسب الترتيب العالمي لأحسن للشركات العملاقة سنة 1998 احتلت الشركات الأمريكية المراتب الأولى في العالم كشركة أمريكا أون لاين AMERICAN ONLINE وشركة ديل للحاسوب وانجرام ميكرو وشركة EMC، وشركة ميكروسفت.⁽¹⁾

مداخيل الصحف الأمريكية:

تحصل الجرائد أو الصحف الأمريكية، على عائدات معتبرة، تأتي هذه العائدات من مصدرين وهما:

1- الإشهار: الذي يساهم بنسبة 80,75%.

2-النسخ: وتأتي عن طريق المشتركين في الجرائد والمبيعات في المحلات وعبر التجوال، التي تقدر بـ 20,25%،

والإشهار يتوقف على عدد نسخ الطبع الذي يمس كثير من الشرائح والقرّاء وبالتالي الإشهار يكون غالي جدا.

(1) تقرير الاتصالات والمعلومات في العالم اليونيسكو باريس 2000

ففي هذه الجرائد التي لها سحب أكبر، وتعرف الصحافة الأمريكية عدة تغييرات من جراء تكاليف الطبع التي قفزت من 420 دولار إلى 800 دولار للطن من سنة 1990، إلى 1995 إذا قارنا نيويورك تايمز New York Times التي تقدر طباعتها ب 300.000 طن في سنة، يعني أن 380 دولار أمريكي في الطن زيادة يعني أن هناك إضافة تقدر 114 مليون دولار في تكاليف السنة.

وهذه الضغوطات المالية جاءت من جريدة Wall street، حتى تحافظ على فوائدها ومدخلها وكذا السيطرة على البورصة في أسواق المال.

فرجال الأعمال الذين اشتروا أسهم في الجرائد، كانوا يتقاضون 20% من الفوائد، وبعد السقوط الحر لغالبية الجرائد، أدى بعضها إلى الإقفال، وتسريح العمال، والأخرى اندمجت في جرائد أخرى وكانت النتائج وخيمة على أصحاب الأسهم، والعمال حيث شهد أكثر من 13000 عامل تسريح فوري بعد الإقفال؛ ومصادرة عدة جرائد.

وهنا أدرك القائمون على هذه التجارة المربحة من خطورة الوضع، فراحوا يقلصون تكاليف الطبع، وفعلا انخفضت تكاليف الطبع ابتداء من 1997 تزامن هذا التقليل مع طرد الكثير من المحررين والصحفيين. إضافة إلى تراجع المقرئية منذ 25 سنة، وتنامي التلفزيون عن طريق الكابل والإذاعات المحلية، وكذا البث المباشر والخدمات على الخط. كل هذه التكنولوجية الجديدة. جلبت إليها المعلنين، ولذلك افتقدت الصحافة المكتوبة مكائنتها في السوق، أمام الوسائل المرئية والحية.

عائدات الإشهار:

ما هي مصادر الإشهار بالنسبة للصحافة المكتوبة؟ مصادر الإشهار هي أربعة مصادر رئيسية وهي:

الإشهار الوطني.

الإشهار المحلي.

الإشهار المبوب.

المدخلات المطبوعة من قبل.

ويعتبر الإشهار المحلي أهم مصدر للجريدة، حيث يقدر ب 50 %، يأتي الإشهار الوطني، وإشهار ما بعد الطبع.

فالإشهار الوطني يأتي دائما من الشركات الوطنية الكبرى التي تريد أن تصل إلى كافة الجمهور، كخدمات الطيران، الملاحه، وكذا السيارات، والأغذية.

أما الإشهار المحلي: يأتي من الشركات المحلية وذات البيع بالتجزئة، كالمحلات التجارية، وبائعي السيارات، والمراكز التجارية.

الإشهاراللبو ب: تشتري من طرف المحلات المحلية، وعادة الأشخاص العاديين إما لبيع أغراض أو شراء. ويأتي عادة في نهاية الجريدة ومن خلف الصفحة.

الإشهار المطبوع من قبل: وهذا يجمع من الوطني، والجهوي، والمحلي، في شكل كتيبات مطبوعة من طرف الشركة نفسها، أما يدخل داخل صفحات الجريدة وهذا يحدث يوم الأحد، لأن الناس يكونون في عطلة ويتفرغون لقراءة الإعلانات.

وقيمة الإشهار في الجرائد بقيت ثابتة أي الأسعار منذ 1970، نموذجيا الجريدة تحتوي 60% من الإشهار و40% أخبار. وعدد الصفحات في الجرائد النموذجية صدر من 47 سنة 1970 إلى سنة 1997.

عائدات السحب:

إن عائدات المبيعات تتضمن كل ما تتلقاه الجريدة من مدا خيل، جراء المبيعات، وعلى العموم لجريدة لا تسلم كل المبلغ الذي يدفعه لقارئ النسخة الواحدة، فعادة تباع الجريدة النسخ إلى الموزع في إطار البيع بالجملة، ثم يبيع الموزع بالتفصيل، ويقسمها على بائعي الصحف في نقاط البيع، وبائعي الطرقات والأرصفة. والطريقة الثانية هي أن الجريدة تقوم بتشغيل أناس على مدار السنة لتوصيل الجريدة إلى منازل ومكاتب المشتركين.

ويرى بعض الملاحظين أن تدهور السحب راجع إلى غلاء ثمن النسخة، التي كانت سنة 1970 "10 سنس". إلى 25 سنس، ثم صعد إلى 35 سنس في سنة 1996، واستقر الآن عند 50 سنس و15 سنس، أما جرائد الأحد فسعرها يختلف. فهي تباع 1,50 أي دولار واحد وخمسين(50) سنس، لأن الإشهار يكون أكثر وتقدم في عدد كبير من الصفحات يوم الأحد.

المصاريف العامة للجرائد:

تصرف الجريدة الكثير من الأموال وذلك في الميادين الآتية.

● تكاليف الأخبار والتحرير.

● مصاريف البيع، والنقل، المحلي والوطني.

● تكاليف الآلة، من كتابة وآلات التصوير. وصفائح البيع.

● تكاليف الطبع من حبر، إعادة رسكلة الصحف القديمة.

● مصاريف الإدارة العامة، كالمحاسبة، والعمال، وتصنيف المشتركين وهناك مصاريف أخرى كإفادة الصحفيين

إلى تغطية الأحداث.

كما تصرف الصحف مبالغ أخرى، وهي تمثل في معرفة رجوع الصدى، وعملية رجوع الصدى تقوم بها مؤسسة أخرى هي مكتب تدقيق السحب (Audit.c) هذا المكتب الذي تأسس سنة 1914 وأسندت له

مهمة إحصاء السحب وأحصى هذا المكتب ما يربوا من $\frac{3}{4}$ من الصحافة المكتوبة، و 2600 إصدارات أخرى. وتبلغ تكاليف هذه المنظمة ب 5 مليون دولار سنويا، وتدفع إليها من الناشرين الأعضاء فيها.

عائدات المجلات:

هناك ثلاثة مصادر رئيسية تأتي منها الأموال للمجلة وهي: الإشهار، البيع بالنسخة، والاشتراك. ففي سنة 1997 وصلت فوائد صناعة المجلات إلى 23 بليون دولار أمريكي، سنويا من هذه المصادر السالفة الذكر، ويقبض الناشر الأموال العائدة بعد تصفية الحسابات مع الموزعين والباعة بالتجزئة، والجملة، كما تذهب 15% لوكالات الإشهار التي تعاملت مع المجلة. فمثلا 23 بليون تبقى منها 750.000 دولار أمريكي صافي، وتطورت صناعة المجلات في 1980 - 1990 ووصلت في هذه الفترة، العائدات من المشتركين إلى 35%، من المبيعات بالنسخة الواحدة 15% لتصبح 50% و 50% الباقي من الإشهار وصلت إلى 40% فقط وتختلف عائدات الاشتراك والبيع بالنسخة الواحدة من قارئ إلى آخر، فمثلا مجلة Reader;s Digest حصلت على 67% من عائداتها من المشتركين، و 28 من الإشهار، و 5% فقط من البيع عند نقاط البيع، في مقابل مجلة Woman,s World مثلا لم تحصل على أي شيء من المشتركين، و 50% من الإشهار، و 95% من البيع بالنسخة الواحدة، عند نقاط البيع، ومجلة The New York، حصلت على 72% من الإشهار، و 23% من الاشتراكات، و 5% من المبيعات أي بيع النسخ، وللتذكر فقط، بأن ثمن الصفحة بلغ سنة 1996 ب 125.000 دولار أمريكي باللون الأبيض والأسود، في مجلة Readerts Digest وعلى مجلة The Rolling Stone ب 40.000 دولار أمريكي.

وارتفعت تكاليف المجلات من سنة 1970 إلى 1997 وذلك لتكلفة الورق، فكانت تكلفة المجلة الواحدة

هو واحد دولار أمريكي يقسم كالتالي:

- تكاليف الإشهار: 09 سانس.
- تكاليف السحب: 31 سانس.
- تكاليف التحرير: 09 سانس.
- تكاليف الصناعة والتوزيع: 40 سانس.
- تكاليف أخرى: 1 سانس.
- تكاليف الإدارة: 10 سانس.

كما أن هناك شيئين مهمين يتضمنان تكاليف الصناعة: الورق والبريد، وكلاهما عرفا ارتفاعا مذهلا في هذه الفترة وهناك 120.000 عامل في ميدان المجلات في الولايات المتحدة الأمريكية، تتمركز أغلبها في الجهة الشرقية الساحلية مثل New York ولوس أنجلوس Los Angles.

عندما أصبحت الصحف أكبر تجارة⁽¹⁾:

إن الحرب الأهلية غيرت مجرى الحياة في عالم الصحافة المكتوبة خاصة عندما ظهر التلغراف الذي يوزع الأخبار من مكان ومن الحرب إلى المعمورة كلها، وفي ظرف قصير لكي تصبح عناوين رئيسية على الجرائد وتختصر لكي تعطى للقارئ نبذة قصيرة مما يجري من الحرب الأهلية.

وفي نهاية الحرب عرفت البلاد تغييرا واسعا على مستوى المجتمع، فمنذ سنة 1870 إلى غاية 1900 عدد السكان تضاعف، وسكان المدن تضاعف لثلاث مرات، وكذا التطور الاقتصادي، ونمو ظاهرة الهجرة خاصة في الشمال والشرق، زاد نمو الصحف من سنة 1870 إلى نهاية القرن زاد الطبع بخمسة مرات، وهنا أصبحت الصحافة أكبر تجارة لأن الطبع زاد والتوزيع تضاعف، والأجر صعد، حيث ربحت جريدة NEW YORK WORLD مليون دولار في سنة واحدة وهي فائدة سنة 1890 وسيطرت الصحافة من طرف النافذين .

وأصبحت سلطة مالية وظهر ثلاثة شخصيات فاعلية في الصحافة الأمريكية وهم JOSEPH PULIZER الذي جاء من هنغاريا الذي لم يكن يستطيع ينطق كلمة واحدة بالإنجليزية طلب من أصدقائه كي يوجهونه لتعلم الإنجليزية فضحكوا عليه، ووجهوه إلى مدينة St Luise؛ وهي مدينة كل سكانها غير ناطقين بالإنجليزية ودخل المدرسة وتعلم الإنجليزية، وأصبح صحفيا بارعا وانضم إلى جرائد ST Luise Postdispoche وبعد خمسة سنوات أصبح جاهزا لكتابة في جريدة New York World تم اشتراها عندما أعلنت نفسها للبيع عندما وقعت في مشاكل مالية.

وبعد سنة صعد الطبع من 15000 إلى 100.000 بعد سنتين أصبحت في قائمة الشركات الكبرى، وخصص جزءا كبيرا في جريدته للإشهار، وذلك بتخفيضه في الإشهار واستعمل الكتابة العادية في التحرير وتجنب الغموض واعتمد على الموضوعية في التحرير، ووظف صحافيين شباب كالآنسة Elizabeth Cochran وعمرها 20 سنة، وخفضت صحيفة في الأسعار حتى تكون في متناول الجميع.

علاقة الميديا بالتشغيل:

تم تشغيل أكثر من سبعة ملايين عامل في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1996 في شركات تقنيات المعلومات والاتصالات، وهذا يعادل نسبة 6% يساهم قطاع الميديا في القطاعات الأخرى حسب إحصائيات وزارة التجارة الأمريكية لسنة 1998، والعدد في تزايد مستمر وفرص العمل مفتوحة في هذا القطاع، خاصة معدي البرامج، ومصممي الويب والبوابات؛ ففي شركة السيكيون فالي في ولاية كاليفورنيا تم خلق أكثر من 50 ألف وظيفة لسنة 1998.

تملك الولايات المتحدة الأمريكية 66 مليون وصلة تلفزيون.

(1) Underwood, Doug. Whenmbas Rule News Room How the marters and managers are Reshaping todays Media New York Colombia university press, 1993.

إن أكثر أنظمة الأقمار الصناعية الرقمية نجاحا في الولايات المتحدة الأمريكية هو التلفزيون الكابلي بواقع 3.8 مليون مشترك، وانطلق المذيع المرئي التلفزيون على مستوى الشبكات السلوكية الأمريكية بعد مرحلة تجريبية طويلة علما أن مشغلي الشبكات السلوكية أمثال "تي، سي، أي" وتايمز ورنر، وكومكاست قد طلبوا شراء عدة ملايين من صندوق تثبيت فوق المذيع المرئي للاستقبال الرقمي، شركة مايكروسوفت للبرمجيات قد أعدت نفسها هي الأخرى لهذا التطوير، مستثمرة حوالي 1000 مليون دولار في تشغيل الشبكة السلوكية وكومكاست في عام 1998.

الميديا الأمريكية: بين مطرقة التجارة وسندان الصحافة

حسب كتاب "ميريل جون" الصحافة العالمية 1992، بأن الصحافة الأمريكية تبرع على قاعدة مالية صلبة تقدر بـ 131 بليون دولار وهي العائدات التي تأتي من الإعلان . وهكذا تؤثر الصحافة الأمريكية على الحياة اليومية وخصوصا على السياسية، وكان كثير من مالكي الصحف في أمريكا لا تعرف القاعدة المعروفة، بأن الصحافة هي السلطة الرابعة فمنعواكم من مرة من حضور القاعات.

والسؤال المطروح لماذا هذه القوة الغزيرة للصحافة الأمريكية؟

إن الجواب على هذا السؤال يعود بالقارئ أو الباحث في الميديا الأمريكية إلى تصفح الدستور الأمريكي الذي يصون ويقدم الحرية على العموم وحرية الصحافة على الخصوص .
ناهيك عن التكنولوجيات الحديثة التي تعتمد عليها الصحافة الأمريكية، لكن هذا ليس كافيا وحده، بل هناك قوة خفية، وهي البحث عن الحقيقة والتسلل إلى وسط السلطة.
فالمهتمون يخشون الميديا الأمريكية، وينصحون بإبعادها عن السلطة على الأقل إرجاعها إلى القاعدة الاقتصادية المعروفة، والمبنية على سياسة العرض والطلب، لذا جعل قادة الصحافة، يفكرون بجد في مستقبل الميديا، خوفا من حدوث شرخا جادا بينها وبين الجمهور.
حيث سجلت تراجع المقروئية لدى الصحافة المكتوبة، وكثرة الشكاوي لدى مشاهدي التلفزيون، هذا ما أدى إلى قلق 1000 صحفي وجعلهم يوقعون بيان ويوزع على المؤسسات الإعلامية، ليشاركهم في أحزانهم وقلقهم حول مستقبل الصحافة. وقادت هذه المبادرة مؤسسة "نيمان"⁽¹⁾.
وتهدف مؤسسة "نيمان" على حد تعبير صاحبها، إلى تعزيز الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية ورفع مستواها.

وهنا تبرز إشكالية في الصحافة الأمريكية وهي إشكالية بين إدارة التحرير والإدارة المالية.

(1) هي مؤسسة قديمة تأسست في عام 1938 في جامعة 'هارفرد'، وهي هبة من اغنير وأهل "نيمان" كذكرى لزوجها مؤسس صحيفة "ميوكي" .

الصحيفة والإعلان:

قال الأستاذ 'جيمس كيري' أستاذ الصحافة الدولية في جامعة كولومبيا: "كان الاسم المتداول للصحافة الأمريكية هو المعلن".

وهنا يجب تحليل هذه الكلمة لماذا لم يقل الإعلانات، والمساحة المخصصة أو المدة الزمنية، وإنما هنا هو أن هدف الجريدة هو الإعلان عن البضائع، والأسعار، والكمية وهنا نقطة الالتقاء بين الصحافة والتجارة. تأتي بعد الصحافة التجارية الصحافة المتحزبة، التي تأتي في المرتبة الثانية، وعلى حد تعبير 'جيمس كيري'، فإن الصحافة المتحزبة تربعت على عرش الصحافة الأمريكية، في القرن التاسع عشر، وهنا لم تكن أية مشكلة، مادامت المصدر المالي للصحفي هو مصدر الأخبار للممول. وقال 'كيري' أن مسألة فصل التجارة عن الصحافة في المائة سنة الأخيرة من مطلع هذا القرن يعد ضرباً من الخيال.

يأتي هذا بعد إعلان الصحافة استقلالها عن الأحزاب السياسية في القرن التاسع عشر، يعني ذلك هو الاستقلال المالي عن الأحزاب، هنا عرفت الصحافة بينها (العلاقة العضوية) وبين الصحافة وأصحابها. كما يسمي كيري ملكية كبرى وسائل الإعلام من طرف شركات السيارات والسلاح ويضرب مثالا حيا عن الشركة الألمانية للفولاذ التي تملك وسائل الإعلام الألمانية. إلا أن امتلاك الشركات الصناعية للصحف في أمريكا لو يحصل لان الشركات الصحفية قررت إدارة نفسها بنفسها.

ويسمي 'كيري' بأن العلاقة بين الصحافة والتجارة (بالحائط الحديدي)، إلا أن الحائط الذي يتكلم عنه 'كيري' هو حائط هش، كثيرا ما أدى إلى التوتر لدى الصحفيين والخوف على مصيرهم والضغط عليهم من قبل الشركات الصناعية، مثلما ما حدث مع شركة "فورد" عندما قررت سحب إعلانها من جريدة " Los Angles times".

فالأستاذ 'كيري' لم يقدم جوابا شافيا حول علاقة الصحافة بالتجارة. أما رئيس مؤسسة 'طومسون' السيد "ستيوارت غارنر"، يقول أن الصحافة مكلفة وبلأ عائدات الصحافة من التوزيع لا يتعدى 10 بالمائة كما قال 'جون مير' صاحب كتاب الصحافة العالمية. ويقر أصحاب المؤسسات الصحفية بأن هذه المؤسسات كي تبقى وتستمر يجب عليها توفير نسبة من الإرباح تتراوح قيمتها بين 18 و25 بالمائة، خاصة الصحافة المسموعة التي تعتمد على الإعلان فقط بإنشاء الكابل.

أزمة الصحافة:

لقد أصدرت نخبة المهتمين بشؤون الصحافة والتي انعقدت بجامعة هارفارد وهي ندوة بادرت بها مؤسسة "نيمان" كما سلف الذكر، تضمن البيان ما يأتي:

"هذه لحظة عصبية في حياة الصحافة في أمريكا، ففي حين أن المهنة لم تكن يوماً أحسن حالاً مما هي عليه اليوم، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار كفاءة الصحفيين وتدفق مصادر المعلومات، إلا أن ذلك لم يعفها من مظاهر التناقض في زمننا هذا، أن التغيرات السريعة في وسائل التكنولوجيا ومثلها في قواعد بنينا الاقتصادي، علاقتنا بالجمهور بدأت تسحب الصحافة من مرافقها القديمة المعروفة، على ذلك فإن العديد من الصحفيين بدأ الإحساس بفقدان الهدف في المهنة، أكثر من ذلك فهناك الشعور لديهم بعدم جدوى الأخبار والشك بقيمتها بعد رؤية المؤسسات الصحافية الجادة تفقد صفة التجرد وتتجه نحو الإشاعات والإثارة على حساب الأخبار⁽¹⁾.

وبشهادة الجميع فإن 50 شركة تملك الأغلبية العظمى من وسائل الميديا في البلاد، إلا أن هذا الرقم قدّم ذكره 'باكديكيان' في كتابه 'احتكار الميديا' إلا أن 'جون ميريل' في كتابه الصحافة العالمية طبعة سنة 1994، لم يذكر إلا خمسة مؤسسات منها.

كما أن هناك مشكل آخر وهو أخبار التسلية التي طغت على الساحة مما أدت إلى زحزحة الأخبار الجدية والصحافيين الجديين، لان أصلاً الصحافة مهنة جادة.

وألقي الصحفي الشهير 'ريتشارد ريفيز'، محاضرة ألقاها في جامعة 'ساويزرند كاليفورنيا'، تحت عنوان "الأخبار كوسيلة للتسلية" ويذكر في هذه المحاضرة بان العاملين في حقل الصحافة عبر الولايات المتحدة الأمريكية يقدر بـ 100 ألف رجل وامرأة، بينما يبلغ عدد العاملين في التسلية إلى 316 ألف رجل وامرأة في مدينة لوس أنجلوس وحدها.

على هذا المنوال فإن الصحفي أصبح عليه أن يلعب دور المهرج أو المسلي كي يحصل على شهرة كبيرة. إن الأستاذ 'كيري' هو أحد الدارين بالصحافة الأمريكية، وفلسفتها يتذكر ويذكر ويمجد احد المفكرين الأمريكيين الكبار الذي كتب كتاب في آخر الثلاثينيات وهو 'جوزيف تسيببتر' تحت عنوان "الرأسمالية، الاشتراكية، الديمقراطية".

(1) عقدت مؤسسة نيمان سبع ندوات منها

ماهي الصحافة؟ ومن هو الصحفي؟ وكانت أول ندوة في مدينة شيكاغو تحت عنوان علاقة الميديا بالحقيقة، التوازن والإشاعات الندوة الثانية عقدت في نيويورك تحت عنوان "التنوع في الأخبار" قصة مونیکا لوسينكي هل تشكل كارثة الصحافة؟ ما هي المؤهلات الصحفية؟ "التسلية كوسيلة للأخبار والأخبار كوسيلة للتسلية/ واشنطن ومستقبل المراسلة السياسية". ومن العناوين القادمة التي تحاول المؤسسة مناقشتها، الصحافة على الخط "on line"، أسس ومبادئ تعليم الصحافي، ضبط ومسؤولية العمل الصحافي، اقتصاد صحافة المستقبل..".

فبالرغم أن كيري كان رأسماليا إلا انه يخشى أن الرأسمالية سوف تأكل جذورها اقتصاديا وسياسيا إذا ما تعلق الأمر بالصحافة، لان ابتلاع الشركات الكبرى للصغرى، سيؤدي إلى خرق الديمقراطية وحرمان المجتمع من الوصول إلى المعلومة.

وكانت بوادر هذه الفكرة التي يتحدث عنها كيري مع بداية 1979 عندما تم تجميع المؤسسات الصحفية عن طريق دمجها والسيطرة عليها .

حيث ذكر 'بن باكديكيان' في كتابه "احتكار الميديا" سنة 1980 أن معظم الجرائد، والمجلات، الراديو، التلفزيون، الكتب والسينما، وأصبحت ملكية شركات عظمى لا يتعدى عددها 50، ويذكر بأنه توجد في الولايات المتحدة الأمريكية 1700 جريدة يومية، و11000 مجلة، 9000 راديو، 1000 محطة تلفزيونية و2500 دار نشر، وسبعة استوديوهات للسينما، فإن عدد المالكين يجب أن يتوزع على ما يفوق 2500 مالك وهؤلاء المالكين هم أنفسهم أصحاب شركات السلاح، وقصب سكر وتمديد الأساطيل، وقطع غيار السيارات، والبنوك⁽¹⁾.

وسجل انخفاض الصحافة الأمريكية مع مطلع القرن الحالي من 2042 جريدة يومية، مع العام 1980 إلى 1730 وبعدها انخفض إلى 1700، وفي العام 1993 وحسب "جون ميرل" في كتابه "الصحافة العالمية". فإن العدد قد تقلص إلى 1570 وهو رقم لم تعرفه الصحافة من قبل، وهذا ما يعبر عنه الأستاذ "ميرل" بان انخفاض هذا الرقم يعني هو حشر الصحافة الصغيرة في زاوية وقتلها وإذا أرادت الحياة ما عليها إلا أن تندمج في الشركات الكبرى⁽²⁾.

ويؤكد ذلك في الواقع "مارك ويلاس" مدير نشر جريدة لوس أنجلس تايمز، ومدير عام تايمز ميورور، بأن الصحافة تخضع لقانون السوق (العرض والطلب) وتحقيق الأرباح وهذا ما كان يخشاه كبار المفكرين كالأستاذ "جيمس كيري".

أما الصحفية "ديانا بايكر" في جريدة نيويورك تايمز ومديرة الفرع المالي لها، فترى بأنه ليس بنجاح الجريدة كافيًا وحده، وإنما جانب المال ضروري في بقاء المؤسسة، واستمرارها، ولهذا هي لا ترى بأن هناك مشكل بأن تتحول المؤسسة الإعلامية إلى مصدر بحث عن الأموال، كما تقر الجمع بين الإدارة التحريرية والمالية، لضمان استمرارية المؤسسة⁽³⁾.

(1) باكديكيان : احتكار الميديا 1980، مرجع سابق ص؛ 90.

(2) جون ميريل في الصحافة العالمية الطبعة 1980.

(3) ندوة أزمة الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية التي عقدت بجامعة "هارفرد" ماي 1994، محيط العربي العدد 468 ماي 1999.

التوزيع:

تشارك في التوزيع ثلاثة عناصر أساسية وهي⁽¹⁾:

(1) البث الشبكي. (2) شبكات الكبل. (3) الشركات المشتركة أو الموحدة.

تقوم الشبكات بتوزيع ونقل البرامج إلى ملاحقها عن طريق الأقمار الصناعية؛ ثم تقوم المحطات بنقله إلى المشاهدين كما هو مستقبل أو تقوم الشبكة بتسجيله عن طريق الشرائط وإرسالها إلى المحطة فيما بعد. وعليه فإن العلاقة بين الشبكة والمحطة علاقة تجارية حيث المحطة تبث البرامج التي استقبلتها من الشبكة مقابل دفع من الشبكة إلى المحطة؛ لأن المحطة تقوم وتساعد في نشر منتج الشبكة، لأن الشبكة تستعمل المحطة لتسهيل المهمة التجارية للشبكية.

وتحدد المبلغ الذي تدفعه الشبكة إلى محطة السوق والجمهور العريض وكذلك تتحكم فيه المنافسة، ويقدر المبلغ الذي تدفعه الشبكة إلى المحطة وهي الشبكات القديمة بـ 150 مليون دولار سنويا من طرف كل شبكة وهي تعتبرها كتعويضات للمحطات، لأن المحطة باعت وقتها للشبكات التي تبحث عن جمهور عريض قصد تنمية الإشهار عبر الوطن .

وتقوم الشبكات الكابل بعرض برامجها عبر الأمواج القصيرة إلى الأقمار الصناعية وهي تقوم بتوزيع هذه البرامج إلى النظام المحلي الذي يقوم بتوزيعه على المشتركين.

أما الشركات الموحدة أو المشتركة على شكل نقابة، فهي تقدم نوع آخر من توزيع البرامج وهذا النوع يتمثل في تأجير الأنشطة والأفلام إلى المحطات التلفزيونية المحلية، مع العلم أنه أحيانا هذه الشركات الموحدة تقوم بإنتاج برامج خاصة هي نفسها، وغالبا ما تقوم ببيع البرامج التي تنتجها الشركات الأخرى وتقوم المحطات المحلية التي أشترت برامج هذه الشركات باحتكار الحق الخاص في عرض البرنامج في سوقها أو لجمهورها، وإعادة بثها كلما تسنى لها ذلك، إلا أنه من جهة أخرى هذه الشركات الموحدة تحاول بيع برامجها في أكثر من سوق وإلى جمهور عريض. وتصل البرامج المسجلة عن طريق البريد وأحيانا عن طريق الأقمار الاصطناعية أو الكترونيا.

ومع بداية 1998 كان هناك ما يربو عن 1200 محطة تلفزيون تجارية و365 محطة غير تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية، وما يفرق بين المحطات والقنوات التلفزيونية هو الجانب التقني الذي يقيم العامل الوحيد الذي يميز بين هذا وذاك⁽²⁾.

فبعض المحطات التلفزيونية مثلا لها موجات عالية التردد (VHF) من الكهرومغناطيسي وهذا النوع من المحطات تحتل من 2 إلى 13 قناة على أطباق التلفزيون. والبعض الآخر من المحطات تبث على الموجات فوق العالية (UHF) (Ultrahigh Frequency)

(1) Joseph-R- Dominick : The Dynamics mass of communication Op-at P 296.

(2) Joseph-R- Dominick : The Dynamics mass of communication Op-at P 297.

وهذا النوع يوجد من 14 إلى 69، وعلى هذا الأساس فان النظام المستعمل ل VHF يغطي أكبر نقاط من UHF وعلى مسافات بعيدة وعليه فان محطات UHF لها الحظ في الكثير من الملكية والتوزيع . ولكن هذه المميزات لم تبق علامة مميزة أو امتياز لنوع من المحطات على الأخرى مع ظهور التلفزيون الرقمي.

كما يجب أن ننوه كذلك بالنقطة المهمة والتي سلف ذكرها كم مرة وهي نقطة "الانتساب " أي انتساب محطات تحت غطاء الشبكة الكبرى . حيث عرف مطلع 1998 أكثر من 80٪ من المحطات ذات الصيغة التجارية كانت منتسبة إلى الشبكات الكبرى وهي : (CBS) و(ABC) و(FOX) أما الشبكات الجديدة التي بدأت ككتلة : (UPN) "The United Paramount Network" وشركة Warner Broad (Casting Network)

بدأت هذه الشبكات خدماتها مع بعض المحطات المنتسبة وقدرت آن ذاك ب 200 محطة مع كل شبكة، كما أن هناك محطات مستقلة وهي التي لا تنظم إلى أي شبكة وظلت معرقله حتى مع مجيء الكابل انتعشت قليلا، وأغلبها كانت تبث على نظام (UHF) ثم صارت لها جمهور وتضاعفت مع بداية 1980 كما أصبح لها دور مهم في الصناعة التلفزيونية، وبعدها أمضت اتفاق مع (UPN) أو (WB)

المبحث الخامس: جمهور وسائل الإعلام الأمريكية.

1-الجمهور الديني والميديا الأمريكية:

يلعب الدين دورا مهما في التأثير على الميديا الأمريكية، يعني أن الجمهور المتدينين واسع جدا، ولهذا تعمل الميديا على الوصول إليه والبحث عن إشباع حاجاته.

ويرى الأستاذ الباحث شارلي كارتر Charles بأن المتدينين يعتمدون على الوسائل الإعلام بشكل كثير لتمرير أفكارهم، وتبليغ معتقداتهم الذاتية، حتى سميت بعض التلفزيونات بالمسيحية نظرا لأعتماد هذه الفئمة على التلفزيون لتمرير معتقداتهم، وهذه الوسيلة الإعلامية الناجحة أصبح لديهم جمهور واسع وعريض⁽¹⁾.

وتعرف أمريكا بأنها أرض الصراعات الدينية المتنامية من جراء العينات المهاجرة وحرية المعتقد محمية في الدستور، وحتى نخفف من إستعمال المصطلح الصراع، نقول التنافس الثقافي والديني حتى في الدين الواحد نفسه بين المسيحية (البروتستانية، الكاثوليكية) الإسلام (الشيعة ، السنة) وغيرها.

ويؤكد الأستاذ والباحث في التاريخ الأديان ناسبات "Naisbitt" أن الحركات الدينية المسيحية نامت بشكل كبير واستمرت في جميع القطاعات الجامعية والإعلامية. ويذكر بأن نمو الكنائس الخاصة بشكل رهيب وانجذاب الجمهور نحوها. وتتركز في الولايات الكبرى، كانيوورك، وفلوريدا وولاية تكساس، وفرجينيا ميشيقان، الاباما، وأهايو.

وطبقا لدراسة أجريت سنة 1993 من طرف مركز الأبحاث الدينية في مدينة بريستون فإن الفلبين يأتون في المرتبة الأولى من حيث التدين المسيحي والولايات المتحدة في المرتبة الثانية حيث تقدر النسبة المئوية أو درجة التدين في الفلبين بـ97% والولايات المتحدة الأمريكية 82%، وذكرت نفس الدراسة بأن 70% من الشباب الأمريكيين يعتبرون أنفسهم متدينين بكل فخر.

وكما سلف الذكر فإن تنافس الأديان في الولايات المتحدة الأمريكية غزى الصحافة أو الميديا بشكل إيجابي وساهم في طبع الصحف والمجلات والكتب⁽²⁾، وزيادة مبيعاتها، كما أنها تسيطر على ما يربو من 1300 محطة إذاعية وتلفزيون وشبكات الكابل، وتخصص هذه المحطات كل أوقاتها لأغراض دينية تبشيرية وتنصيرية.

ومثال على صحافة الدين مجلة (A.M.E) التي تصدر عن الكنيسة بدأت في الصدور منذ (1843)، ثم تلتها مجلة خادم الكاثوليك سنة 1933، ثم تلتها مجلة المسيحية في أزمت سنة 1980.

وفي سنة 1993 صدرت مجلة Bacon "بكون" وغيرها من المجلات الأخرى، كالشهرية اليهودية، وكاثوليك توداي (Catholic Today) والمسيحية اليوم (Christianity To Day) والمراقب العالم World (monitore) ومن المجلات الدينية المشهورة منها "America" أمريكا التي تأسست سنة 1909 مجلة وهي

(1) Shirleys Carte : Hands Book mass media in united states of America Op-at 273.

(2)Shirleys Carte : Hands Book mass media in united states of America Op-at 274.

تصدر من أجل هدفين الأول، هو إبداء رأي الكاثوليكية والثاني التحدي أمام الحياة المعاصرة التي ضربت المجتمع الأمريكي. تصدر هذه المجلة في ولاية نيويورك ويصل طبعها إلى 40,000 نسخة.

المراقب العلمي المسيحي: تأسست سنة 1908 من طرف ماري ياكوب إيدي والغرض منها هو رفع المعايير الأخلاقية في الصحافة الأمريكية، وجعلها أكثر محافظة وتنشر مقالات دينية تهتم بالمسيحية حول العالم وتعتبر من الإصدارات الوطنية والعالمية، وحسب جريدة البوسطن وصل عدد النسخ إلى 125000 نسخة.

الكومنترى Commentry: تأسست سنة 1945 من طرف اليهود الأمريكي في مدينة نيويورك وهي جريدة رأى وميزة تهتم بقضايا الجالية اليهودية الحالية، ووصل عدد طبعها إلى 32,000 ثم إنخفض إلى 29000 سنة 1992.

الكومنويل Commanweal: تأسست 1924 وهي مملوكة لمؤسسة الكومنويل في مدينة نيويورك : تسيطر عليها الكاثوليك وهي تهتم بالقضايا العامة والأدب والفن مع التركيز على السياسة والدين وصل الطبع إلى 18000 نسخة.

مجلة رؤى Insight : تأسست سنة 1986 تنشر أخبار الأسبوع الخاصة بالكنيسة والقضايا الأخرى المختلفة، وتعمل بالتعاون مع جريدة واشنطن تايمز، ويصل طبعها إلى 510,000 نسخة .

جريدة صحافة اليهودية: Jewish Press تصدر عن اليهود الموجودين في مدينة نيويورك وتهتم بقضايا إسرائيل في فلسطين وتروج للديانة اليهودية ويصل طبعها 168,000 نسخة.

على العموم فإن نمو الصحافة الدينية في الولايات المتحدة الأمريكية، نمت بشكل كبير خاصة في التسعينات عرفت هذه الفترة بظهور بـ1700 مجلة دينية منها 1100 مجلة بروستان، و400 كاثوليكية و200 يهودية وتضاعفت الصحافة الدينية في التسعينات 1990 حسب الدراسة التي أجراها معهد باكون Baconis .

أما فيما يخص المذيع والمحطات الإذاعية التابعة للكنيسة:

الإعتماد على التلفزيون أكثر من المذيع لأنه أكثر جمهورا وانتشارا وعلى هذا تسمى بالكنايس الإلكترونية وأصبح الرهبان والقساوس لهم برامج قصد الوصول إلى شريحة كبيرة من المجتمع، على النظامين الأمواج القصيرة (F.M. A.M) حيث وصل عدد المحطات الدينية 1392 محطة إذاعية- دينية، طبعاً هذه المحطات تختلف في البرامج والعروض، ولكن الرسالة واحدة وتعدد هذه المحطات الجانب الديني إلى الموسيقى الهادئة والريفي من أجل الوصول إلى الشاب ووصل عدد المحطات إلى 2347 محطة إذاعية سنة 1997.

التلفزيونات الدينية: بدأ البث الديني، سنة 1939 عندما ارتبطت الكنائس بالهيئة الفيدرالية مجلس الكنائس التابع للمحطات الإذاعية التابعة للبروتستانت تبعتها الكاثوليكية واليهودية.

ومع بداية الستينات (1960) بدأ البث الديني يبحث في المواضيع التي تشغل بال المشاهدين أن الجمهور. ثم تراجع الساهرين على البرامج إلى التركيز على البرامج الترفيهية، والأخبار الساخنة طبعاً التركيز على المسيحية.

وفي دراسة سبر الآراء أجراها معهد "Gallup" سنة 1981 تبين أن 32% من الجمهور يتابع البرامج الدينية وبعد سنوات قليلة، قام نفس المعهد مع قسم الإتصال في جامعة فيلاديلفيا " وتبين 25 مليون يشاهدون البرامج الدينية في الأسبوع، كأن هناك 13 مليون يشاهدون على الأقل 15 دقيقة من تلفزيونناجولفيزم Télévangeliseme كل أسبوع.

كانت هذه البرامج الدينية محافظة جدا، وتتمركز في الجنوب ونصف الجنوب، تسهر الشبكات التلفزيونية الكبيرة على تمويلها بالمحتوى، وتقدم العتاد اللازم ومن وبين هذه الشبكات هي: N.B.C C.B.S A.B.C، وكذلك لسيارستيش Superstation.

ودعم كذلك الكابل أغلب التلفزيونات المسيحية ومن أهم برامج التلفزيونات المسيحية نادى (77 Club) وبرنامج (The People Phat Love) (PTL) والشبكة البث المسيحية (CBN) Christian Network Broadcasting، وتقدم أغلب هذه التلفزيونات نفسها للجمهور على أنها تلفزيونات العائلة، بناء على ما تقدم من برامج ترفيهية ومنها تلفزيون (CBN) تعرف بمجموعة القارة ترأسها (MG. Pat) Ropirson، وهي شبكة الكابل، تتمركز في مدينة ساحل فرجينيا، بالإضافة إلى كونها تقدم برامج عائلية ترفيهية، تقدم كذلك في الكوميديا والدراما والكلاسيك الغربي، وكذلك البرامج الأمل، وهي تظهر على 9625 محطة كابل، يصل عدد مشتركها إلى 54 مليون مشترك.

وتتمركز كذلك شركة الأمل في ولاية كارولنة الجنوبية، تعمل على مدار 24 ساعة تقدم برامج إيمانية على 834 تلفزيون الكابل، يشترك فيها 06 ملايين مشترك.

كذلك الشأن بالنسبة للتلفزيونات اليهودية وهي شبكات دينية مختصة في الديانة اليهودية موجهة إلى الجالية اليهودية، تتمركز في مدينة لوس أنجلس، تهتم بالقضايا الدينية والإسرائيلية يصل عدد مشتركها إلى 250,000 مشترك

شبكة الأقمار الصناعية: (ACTS) وهي مملوكة من طرف مؤتمر الياسوعين للجنوب: تصل إلى 9,8 مليون منزل، وأكثر 521 نظام كابل.

شبكة تربتي للبت: (TBN) وهي تعمل على بث 24 ساعة غير تجارية تصل إلى 15 مليون منزل وأكثر في 1154 نظام كابل. أغلب برامجها حول الصحة، والتوجه نحو الكاثوليكية، والعبادة وتوحيد الإله.

شبكة انترنال العالمية، (IWTN) وهي شبكة توجيهية غير ربحية، تتمركز في ولاية ألاسكا، تبث على مدار 24 ساعة، موجه للعائلة، تصل إلى 20 مليون منزل على 756 نظام كابل.

الشبكة الوطنية للتلفزيون اليهودي: (NJTN) وهي تصل إلى 10 مليون من المشاهدين 514 نظام كابل، تقدم محتوى متنوع وهي شبكة إيمانية تبث على الأقمار الصناعية تتمركز في مدينة نيويورك، تقدم برامج مختلفة وأشرطة دسمة حول الإيمان وكذا الموسيقى وحصص العبادة.

والملاحظ على جمهور أو مشاهدي الميديا الدينية أو المتدينة، كيفية الوصول إلى الجمهور الآخر ويساير التطور التكنولوجي الحاصل على وسائل الإعلام الحديثة، من أجل الوصول إلى أكثر مشاهدة، هي تقدم برامج تختلف في المحتوى من تعليم العبادة والإيمان، إضافة إلى الترفيه العائلي من الكوميديا والدراما وكذلك الأشرطة الدينية والعلمية، والأخبار.

تبث عبر الأقمار الصناعية (الساتل) وكذا الكابل، يصل عدد المشتركين في الشبكات الدينية إلى 755179 مشترك طبقا إلى (1992). Broadcasting and Cable Market Place.

2-الجمهور الرياضي:

الكل يعرف بأن أكثر البرامج شهرة وجمهور هي البرامج الرياضية كان هناك ما يقرب من 1 مليون أي 1/5 من سكان العالم يشاهدون نهائيات كأس العالم سنة 1990 جالسين أمام شاشة التلفزيون. إلا الجمهور الأمريكي لم يكن مباليا بكثير إلى كرة القدم أو إلى أي رياضة أخرى، مقارنة بالجمهور البرازيلي أو الأرجنتيني أو الأردني، ربما تعود لطبيعة العمل والحجم الساعي للموظف الأمريكي أو ربما إلى كثرة وسائل الترفيه.

ماعد المباريات النهائية الحاسمة، كلعبة Super Boul، ودورات الكرة الطائرة وكرة اليد⁽¹⁾. كما تعتبر مباريات الرياضة بأنواعها، خاصة النهائيات تجارة، مريحة تسيل لعابالكثير من المحطات الإذاعية والتلفزيونية على حد السواء، مما يجعل شركات الكبرى تشتري المباريات بأثمان باهضة، وتحدد بيع وقت الإشهار للشركات الصناعية، بأثمان خيالية.

فمثلا شركة (CBS) أشترت حق البث سنة 1990 بـ 01 مليون دولار أمريكي مع زيادة في الإرتفاع تصل إلى 76% لمدة أربع سنوات.

أما شركة (NBC TV) فدفعت 752 مليون دولار لمدة أربع سنوات، لبث نهائيات رابطة أمريكا. وباعت الشركات التلفزيونية السالفة الذكر وقت الإشهار بـ 850,000 دولار لمدة ثلاثين (30) ثانية خلال نهائيات « Super Boul » سنة 1992.

حيث وصل ثمن العقد المبرم بين اللاعب والفريق المستقبل إلى 43,75 مليون دولار سنة 1992 لمدة ستة سنوات وتضاعف العدد إلى اثنا عشرة مرة سنة 1993.

كما أن ليس كل الشعب الأمريكي يشاهد هذه النهائيات لأنها مكلفة جدا، في حالة حضور المباراة مباشرة، وحتى القنوات الرياضية مشفرة، لا يتم الولوج إليها إلا بالدفع المسبق، كما أن هناك بعض الشبكات تبث البث فقط يوم المباراة. وفي نهائي 2006 للبيزبول دفعت الشركات الكبرى نصف مليون دولار مقابل إعلان دقيقة واحدة.

(1) Raudy E. Millerm Hand Book ; The mass media in USA Ibid P285.

ويرى خبراء الإشهار بأن الشعب الأمريكي صار ينتظر نهائيات السباربول فقط للوقوف على آخر الإعلانات التي أصبحت فنا وإبتكارا، حيث تقام كل سنة أحسن إعلان فيه نهائيات السبوربول. وتزيد ثروة اللاعبين عند نهاية "السوربول" ليس من الفريق أو الدولة وإنما عن دفع الشركات مقابل الإعلان لأحذية الرياضية والهامبورغ والبيتزا والبيرة وكان راتب كل لاعب قبل نهاية المباراة مليون دولار في السنة كما تستفيد القنوات التلفزيونية كذلك من المباراة خاصة تلفزيون (أي بي سي) التي تعتبر أهم قناة رياضية لفرعه وهي تلك الشركة ديزني والتي تملك (أي بي سي) ولكن أي بي سي متنوعة من أخبار ومسلسلات، بينما (أي إس بي أن) تختص في الرياضة فقط على مدار الساعة، وزادت نجاحا من نجاح تلفزيون الكابل لأنها تعاقدت مع جميع تلفزيونات الكابل لتقديم برامجها تبعا لسوق الكابل مثل ما فعلت شركة "كوكس" التي وصل عدد متفرجيهها إلى عشرة ملايين مشاهد في العرض.

3-الأقليات

في بداية الستينيات أحصى مكتب الاحصاء الأمريكي عدد السكان الأمريكيين الذي بلغ 250 مليون نسمة عند سنة 1999، وتؤرخ المؤرخة الأمريكية Kathrine C.MC Adames بأن الرقم 50 مليون فوق 250 مليون نسمة يمثل عدد الأقليات في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تتكون هذه الفئة وهي فئة الأقليات من الأفارقة وأمريكا اللاتينية، والاسبان على الخصوص، وكذا الآسيويون، أما الآن فتمثل الأقليات 20% ومن المجتمع الأمريكي وتزايد العدد إلى غاية وصوله 5/1 من العدد الإجمالي هم الأقليات.

كما أكدت دراسة أخرى قام بها (Steinberg سنة 1985) حول تأثير التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية حيث وجدت حوالي 89% يقضون أكثر من 3/1 من أوقاتهم في مشاهدة التلفزيون و8% منهم يقرؤون الجرائد⁽¹⁾

إلا أن في الواقع تلجأ الأقليات إلى مشاهدة التلفزيون الأمريكي وقراءة المجلات والجرائد من أجل معرفة ماذا يحدث داخل الولايات المتحدة الأمريكية، لكن في حالة اشباع حاجتهم فإن أغلب الأقليات تلجأ إلى إنشاء جرائد ناطقة بلغتهم تكون هذه الوسيلة هي الوسيط الوحيد الذي يرون فيه كل الثقة لإشباع حاجياتهم الإعلامية، بالرغم أن الحكومة الأمريكية تفتنت إلى ذلك وأنشأت تلفزيونات وإذاعات ناطقة بلغات مختلفة كالعربية والاسبانية وغيرها من اللغات التي تعبر عن وجود أقليات من جميع العالم كاللغة البشتونية والفارسية.

فمثلا صوت أمريكا هي إذاعة أمريكية ناطقة بجميع اللغات، تقدم أخبار وتحليل وبعض الخدمات. ورايو سوى الذي أصبح بيت على المباشر، وظهرت قناتلخرّة الناطقة بالعربية، وهي قناة يمولها الكونغرس مباشرة لمخاطبة الجماهير الناطقة بالعربية، داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها⁽²⁾.

(1) HAND BOOK on mass media in USA Ibid P 192.

(2) جريدة الشرق الأوسط، الخميس 28 ربيع الأول 1432هـ / 03 مارس 2011.

كما ظهرت قناة جسور "بريدج" التي تبث من مدينة بافالو بنيويورك الأمريكية وأسسها الباكستاني مزمل حسن، تهدف هذه القناة إلى محاربة الصور النمطية عن المسلمين خاصة بعد الحادي عشر من سبتمبر 2001، تقدم هذه القناة الإخبارية أخبار وتحليل ناطقة باللغة الإنجليزية، قدمت أول عرض سنة 2004، وكانت القناة قد اختارت الملاكم في الوزن الثقيل محمد علي هو الناطق الرسمي لها وتبث عن طريق نظام الكابل، عبر القمر الاصطناعي وموقعها على شبكة الأنترنت هو www.bridgestv.com.

أما في مدينة هيوستن الأمريكية هناك جريدة تسمى عرب تايمز Arab Times تصدر باللغة العربية وتقدم مقالات تحليلية من طرف نخبة كتاب العرب المهاجرين وغير المهاجرين وتقدم بعض الخدمات كتذاكر السفر وبيع الكتب وبعض الأجهزة الإلكترونية المفقودة. وفي جنوب تكساس تصدر جريدة تسمى الرئيسة الناطقة بالاسبانية، وهي موجهة إلى فئة المكسيك أو الناطقين بالاسبانية.

ولكل جالية إذاعات ومجلات وجرائد كذلك خاصة بها.

4-المرأة.

إذا كان عدد سكان الولايات المتحدة قد بلغ في السبعينيات 254.922.000 فإن عدد النساء هو 130.564.000 أي بنسبة 51.2% انطلاقاً من أن النساء يعمرن أكثر من الرجال فمعدل العمر للنساء في الولايات المتحدة الأمريكية 78.5 سنة أما الرجال 71.8 سنة.

ولذلك كان لا بد على صناعات الإعلام الوصول إلى هذه الشريحة وبقوة، خاصة عندما اقتحمت المرأة الأمريكية عالم الشغل في السبعينيات أين وصل عدد النساء حسب مكتب العمل 710.000 أما الرجال وصل إلى 631.000 وارتفعت النسبة إلى 27% تمثل اليد العاملة الخاصة بالمرأة أما الرجال فقدرت بـ 12.7% على العموم المرأة والرجل في حاجة إلى استعمال لوسائل الإعلام والاتصال وعلى حسب الرغبة والتوجه.

ودائماً وحسب "Bureau Of The Census" الأمريكي فإن 92.4 يشاهدون التلفزيون بما فيها الشبكات الكبرى للتلفزيون والأخبار المحلية، خاصة البالغين من النساء اللواتي يقدرن بـ 96.158.000 امرأة مقارنة بـ 87.656.000 رجل ويفضلن الأخبار المسائية والليلية لأن هن يعملن حيث يبدأ المشاهدة من 4:30 إلى 7:30 ثم صباحاً، خاصة النساء السود والإسبان على غرار النساء البيض اللواتي يعرفن بعزفهن عن مشاهدة التلفزيون (Marketing To Women 1989).

أما فيما يخص الصحافة المكتوبة فهي اقل اهتماماً من طرف النساء وطبقاً للجمعية الأمريكية للصحافة فإن 115 مليون امرأة أمريكية بالغة تقرأ الصحف اليومية (Media 1992).

وبينت دراسات أخرى في الشأن النسائي أن المرأة العاملة في أمريكا أكثر حظا في قراءة الجرائد والمجلات ومشاهدة التلفزيون لأن كل شيء يتطلب أموالا للشراء على غرار النساء الماكثات في البيت لا تستطعن توفير ذلك حسب المكتب الأمريكي للإحصاء (SENSUS).

أما فيما يخص المجلات فإن النساء الأمريكيات لمن اقبال كبير على استهلاك المجلات إذ تقدر بنسبة 54% من الاستهلاك العام للمجلات، وذلك للبحث عن ما يشفي غللهن من تعليم المهارات وتحسين التربية والتعليم وتحقيق الحلم الأمريكي.

فظهرت مجلات خاصة بهذا الاهتمام تهدف فئة معينة وهي النساء لسد حاجيتهن ومنها محلية (Learis) والموجهة أساسا للمرأة الماكثة بالبيت والعاملة على حد سواء، وازدادت المقرئية لدى النساء أي 87 مليون امرأة بنسبة 96% من السكان الذين يقرؤون عدد في الشهر، أما عند الرجال الذين يقدرون في سنة 1992 بـ 77 مليون سنة 93% يقرؤون عدد واحد.

مما تنامت المجلات الخاصة بالمرأة ومنها: Better Homes and Gardens و Family Circle و Good House Keeping و Ladies Home Journal ومجلة Red Book وكذا Womanis Day.

واختلفت مواضيع هذه المجلات من الحب إلى الحياة العائلية، كما طفت الأمور التقليدية على محتوى هذه المجلات (Fannin 1989)⁽¹⁾ وزاد الطبع والتوزيع نظر للإقبال المتزايد على هذا النوع من المجلات إلى غاية بداية الألفية الثالثة، أين عرفت تراجعا كبيرا، وزاد المحتوى غنا بفرض العمل وحث المرأة على العمل والتحرر الجنسي وتنظيم الحمل والمناذات بشرعية الإجهاض وكذا المساواة بين الرجل والمرأة.

وفرضت هذه المجلات نفسها وصار عدد قرائها بالملايين وسيطرت مجلات في الفترة بعدد السحب وارتفاع مقرئيتها ومنها: مجلة Better Home and Gardens التي احتلت المرتبة الأولى بـ 8.003.263 قارئ وتتبعها مجلة Family Circle بـ 8.009.358 ثم Ladies Home Journal بـ 5.002.900 ومجلة Womanis Day بـ 4.751.977 (World Almanac 1993).

لكن سرعان ما تغيرت الموازين وأبعدت هذه المجلات في الترتيب، وذلك بظهور مجلة Moder Maturity والتي وصل عدد قرائها 22.450.000 وتتبعها نشرية تصدرها الجمعية الوطنية الأمريكية للأساتذة المتقاعدين (NRAT/AARP BULLTIN) بـ 22.174.021 قارئ ومجلة Readres Digest بـ 16.306.007 ومجلة Tv Guide بـ 15.353.982 قارئ ومجلة The National Geographic بـ 9.921.479 قارئ (World Almanac 1992).

(1) Maurine H Beasley : Hand Book on mass media In USA The Industry and Andienes Ibid P 215.

ولوحظ عن تأخر المجالات التقليدية لأنها إهتمت بالأمور العائلية وكيفية ترتيب البيوت والنظافة والموضة والطبخ وغيرها، غير أن المجالات الآتية الذكر والتي سميت بالمجالات المفيدة أو ذات الاهتمام أصبحت لها مكانة مالية من جراء تدفق الإشهار.

أما فيما يخص المذياع فإنه وصل إلى عدد كبير من النساء إلا أن النسبة العالية عند الرجال إذ قدرت بـ 86.8% أما عند النساء فوصلت النسبة إلى 82.7% بمعدل 05 مذياع لكل بيت فكل أعضاء البيت يملكون مذياع سواء في بيت الضيف أو الغرف أو المطبخ وباعتبار المرأة الأمريكية تعمل خارج البيت يقل الاستماع إلى المذياع إلا أنه يرتفع معدل الاستماع إلى الراديو في السيارات، وتشير الدراسات التي نشرت في هذا الصدد إلى أن النسبة العالية من المستمعين والتي تقدر بأكثر من 50% من المستمعين النساء عن السود، بحيث يستمعون من الساعة السابعة مساءً إلى غاية منتصف الليل، أما النساء العاملات فإنهن يستمعن بمعدل 25 ساعة في الأسبوع مقارنة بالنساء غير العاملات فيقدر معدل الاستماع بـ 24 ساعة في الأسبوع ويختلف محتوى ما يسمعن من أغاني الروك والريفي أما النساء الكبار السن فيفضلن الاستماع إلى البرامج الحوارية، الأخبار والحصص الدينية (Harke Ting to Woman 1989).

فمثلا النساء اللواتي يتراوح سنهن من 55 إلى 64 سنة يستمعن بمعدل 145.1 دقيقة في اليوم، مقابل 140.1 دقيقة في اليوم للنساء اللواتي تتراوح أعمارهن ما بين 45 إلى 54 سنة.

الفصل الثالث: صناعة الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث الأول: كواليس الصحافة الأمريكية:

المؤرخ دانييل يورستين "في معظم تاريخ الصحافة الأمريكية كان استقلال الصحافة الأمريكية وجودتها مرتبطا، بالروح التجارية وضرورة أن يقدم للمشتري ما يساوي ما دفعه من نقود في السوق المفتوحة"⁽¹⁾.
إن في العصور الاستعمارية كان أصحاب المطابع يبيعون الأخبار للجمهور، وخاصة بيع الأخبار للتجار؛ فكانت الصحافة موجهة إلى فئة نخبوية فقط، ذلك ما انعكس على أسعار الصحف، حيث أن في أوائل القرن التاسع عشر 19، كانت صحيفة نيويورك الكبرى تباع بستة سنتات، وهو مبلغ ضخم في ذلك الوقت أي مواطن تلك الفترة الذي يملك ستة سنتات، احسن وله قدرة شرائية أكبر من المواطن الذي بحوزته 1.60 دولار في سنة 1991.

وما يلاحظ على الصحافة النخبوية أنها تلاشت، وظهرت صحف البيني، والتي يقدر سعرها بواحد سانت وتهدف هذه العملية إلى الوصول إلى الجمهور العريض تشجعا على الكتابة والقراءة، مما جعل صحيفه نيويورك صن new yourk sun وهي إحدى الصحف الرائدة من صحافة البيني تقول في عددها الأول والذي صدر سنة 1833 " إن هدف الصحيفة أن تضع أمام جمهورها، سعرا في حدود إمكانيات كل شخص، كل أخبار اليوم، وتقدم في الوقت ذاته وسيلة مفيدة للإعلان، وكان شعار جريدة new york sun آنذاك هو "إنها تشرق من اجل الكل".

وبعد أن عرفت العملية العلاقة الموجودة بين عدد القراء والإعلان نضج نظام الصحافة. وأصبح عدد القراء هو الذي يحدد حجم الإعلان، فالإعلان يزداد للصحيفة حسب عدد القراء.

وعلى هذا الأساس حافظت الجرائد الأمريكية على بقاء الصحف رخيصة، فكانت الجرائد الأمريكية تحصل على عائدات من جراء مبيعاتها تقدر ب 20% و 80% من الإعلان⁽²⁾. وبالرغم من المنافسة الشرسة في وسائل الإعلام الأخرى إلا أن مازلت الجريدة تسيطر على مداخيل من الإشهار تقدر ب 30 مليار دولار ومن هنا فإن الصحافة الأمريكية هي تجارة مربحة على حد تعبير محرر شيكاغو تريبون chigago tribune السابق جيمس سكوويرز "إنها الأكثر الأعمال التجارية ربحية في أمريكا".

20% من العائدات تأتي من المشتركين ويساوي تقريبا تكلفة توصيل الصحيفة وإشارت نانصي هيكس ما ينارد بصفتها ناشرة سابقة الى ان هذا لايعني ان الأخبار في الصحيفة تقدم مجانا للقارئ الذي يدفع ثمن التوصيل.

(1) صناعة الخبر من كواليس الصحف الأمريكية ل ماكسويل هاملتون و جورج كريبيكي، ترجمة أحمد محمود دار الشروق المصرية طبعة الأولى 2000، ص 37.

(2) 20% من العائدات يأتي من المشتركين وهو يساوي تقريبا تكلفة توصيل الصحيفة وإشارت نانصي هيكس ماينارت بصفتها ناشرة سابقة الى ان هذا لا يعني ان الاخبار في الصحيفة تقدم مجانا للقارئ الذي يدفع فقط ثمن التوصيل

وقد حققت أقسام الصحف في شركات وسائل الإعلام المملوكة ملكية عامة، التي تمثل حوالي ثلث إجمالي الانتشار اليومي القومي، هامش ربح مقداره 16.5% سنة 1990، وهذا يترجم أن هذه الصحف حصلت على 16 سنتا من كل دولار في العائدات، هي أرباح طائلة وأعلى لأن سنة 1990، كانت الاقتصاد يعرف هبوطا شديدا.

وفي سنة 1985 كانت الصحف تحصل على 20% من عائد كل دولار بينما كانت الصناعات الأخرى تحصل على 10% و 50% من العائد لكل دولار.

ويذكر جورج أكرميسكي بأن أصحاب الصحف، شأنهم شأن رجال الأعمال الآخرين يدفعون على الربح، ذلك يدعم القوانين التي تعني مصالحهم، كقانون منع الأطفال من بيع الصحف والحصول على دعم من البريد لتسهيل وتخفيض أسعار البريد لتوزيع الجرائد، كما حاربوا الصحف المنافسة، وهبط عدد الصحف اليومية هبوطا مطلقا، ففي 1990 كان في الولايات المتحدة أكثر من 1950 صحيفة يومية، في حين كان عددها في سنة 1950 هو 1772، أما عددها حاليا هو 1550 صحيفة، إضافة إلى كون 33 مدينة أمريكية تعرف منافسة حادة بين الصحف.

كم انتعش حال الصحف الناجحة، في حين هبط عدد الصحف الإجمالي وارتفع إجمالي توزيع الصحف اليومية مجتمعة من 50 مليوناً سنة 1950 إلى 59 مليوناً سنة 1994، وكان متوسط التوزيع سنة 1900 هو 7500 واليوم يزيد على 35 ألفاً. وهذا الهبوط في الصحف المتنافسة والارتفاع في متوسط التوزيع جزء من اتجاه أكبر نحو العمليات الإخبارية التجارية الكبيرة، وسيطرت أباطرة الصحف الكبار، أمثال ويليام راندولف هيرست وجوزيف يولترز على الفترة المبكرة لصحف السوق الضخمة، ومازال قادة الوقت الراهن يتمتعون بالحيوية والسيطرة وتجميع الثروات الشخصية، فيما يقل إجمالاً أن يكونوا أصحاب الصحف الوحيدين ويقل أكثر احتمال أن يكونوا المديرين العاميين الذين يشرفون على المؤسسات الكبرى ويحسون مصالح المساهمين.

كما دفع نزاع العائلات والتغيرات التي طرأت على قوانين الميراث في الولايات المتحدة الأمريكية الأسر المالكة إلى بيع أسهمها، مما دفع الشركات إلى الاستحواذ على هذه الملكيات المرهقة، فمثلاً في سنة 1900 كان أقل من 02% من إجمالي الصحف اليومية جزءاً من مجموعة أما حالياً فإن اثنين من بين كل ثلاث صحف نقرأها تملكها مجموعة ما وهو اصطلاح مخفف مفضل على كلمة سلسلة، التي يستخدمها مديروا الشركات، وكان لدى مجموعة طومسون للصحف، هي أكبر مجموعة تملك أكثر من 108 صحيفة سنة 1995، ويملك جانيت وهي تأتي في المرتبة الثانية ب 82 صحيفة وهي تملك شركات الإذاعة والتلفزيون وإعلانات الطرق، ولدى كل من دنايت ريدر نيوز بيرز انكوربويتش⁽¹⁾.

وكوكس نيوز ونيويورك تايمز كومباني وتايمز ميردو كومباني ونيوهاوس نيوز بيرز جروب.

(1) صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية، مرجع سبق ذكره، ص 45.

وأشار الناقد الصحفي بن باجديكيان سنة 1992 إلى أن هناك أربع عشرة شركة مهيمنة تملك نصف الصحف اليومية أو أكثر مع العلم أن قبل سبع سنوات كانت عشرون شركة. وهناك نقاد كثيرون لوضع الصحافة القائم على أساس الربح التجاري الكاتب سنيكر في كتابه الشهير *The Brass Check ;study Of Amirican Journalism* أي المربع النحاسي، هو عبارة عن دراسة في الصحافة الأمريكية، وقد نشر في سنة 1919 وقد تنبأ بما ستؤول إليه الصحافة في القرن الحالي فقال: "الصحيفة الحديثة مؤسسة تحتاج إلى تكاليف ضخمة، لقد ولى ذلك اليوم الذي كان يمكن فيه لصاحب مطبعة في الريف أن ينصب ماكينه طباعة يدوية ويطبع أخبارا عن حفل زفاف ابنه حداد القرية والحفل الذي تقيمه جمعية المساعي المسيحية على المرج. إن الامتياز الذي تحول لصحيفة ما تقل هذه الأخبار من كل أنحاء العالم باهظ التكلفة، فهو في معظم المدن الكبيرة والصغيرة احتكار محكم، لا يمكنك أن تدفع ثمن هذه الخدمة، وأن تطبع هذه الأخبار، ما لم يكن لك انتشار واسع، وهو ما تحتاج لتحقيقه إلى ماكينات طباعة معقدة ومكلفة، ومبنى كبير، وعاملين على قدر كبير من التدريب، وبالصدفة تجد نفسك تدير وكالة إعلان وإدارة توظيف عمومية وسوف تجد نفسك تقدم وجبات للهيئة بائعي الصحف، وتفقد الأحوال في مستشفى المقاطعة وتجمع أموالا لإقامة نصب تذكاري لأبطالنا في فرنسا، بعبارة أخرى، سوف تصبح مؤسسة ضخمة ومعقدة، تحارب ليل نهار، تجذب اهتمام الجمهور، وتدفع مخك المركب إلى الدخول في منافسة حادة الأبخاخ المركبة الاخرى في الصراع من اجل اجتذاب أموال الجمهور".⁽¹⁾

وحسب رأي سنكلير فإن الصحفيين يسعون كل الطرق لتحقيق الأرباح التجارية.

(1) جون ماكسويل هاملتون: صناعة الخبر في كواليس الصحف الامريكية مرجع سابق ص50.

المبحث الثاني: القيم الإخبارية الصحافة الأمريكية.

يقصد بالقيم الإخبارية هو ذلك المعيار الذي يلتزم به المحترفون في وسائل الإعلام والاتصال لاستصدار أحكام تقويمية، تظهر فيه الأفضلية لخبر أوقصة إخبارية عن قصة أخرى⁽¹⁾. مما يساهم في تجميع الأخبار وانتقائها وتقويمها.

كما أظهرت الدراسات السوسولوجية لوسائل الإعلام والاتصال، ومنها الصحافة على الخصوص، أن صناعة الأخبار يقوم تحديدها ما يلي:

" مجموعة متميزة من المعايير الصحفية الخاصة بقيمة الخبر وبالطرق الروتينية لجمعه، وتصنيعه، والتي بواسطتها توضع تلك القيم موضع التطبيق"⁽²⁾.

ويرى الدكتور حلمي حضري ساري، بأن بناء على الدراسات التي قام بها كل من أوستفاد، غالتونغ، روج، وروز نفرت، بأن هذه الدراسات تفيد بأن جمع الأخبار ليس موضوعيا لأحداث عشوائية، كما يرى بعض الصحفيين، لكن هذا الجمع هو الحصيلة النهائية لعملية معقدة تبدأ من اختيار أحداث معينة، من المعلومات المتوفرة، وذلك راجع إلى المعايير المركبة اجتماعيا وإعادة تصديرها في إطار اجتماعي وثقافي مألوف في القيم والتأويلات مما يفصح عما يزعم أن الجمهور يفكر به ويعرفه من الأحداث والأوضاع والأنظمة الاجتماعية.

إلا أن العالمان غالتونغ وروج أضافا مجموعة من العوامل التي تصفي على الخبر أكثر قيمة وتجعله ينشر كما هو ويشكل إخبارية ومن أهم العوامل التي يساعد على ذلك الوضوح والتكرار والاستهلاكية، والمعنى الهادف والسلبية أو التضاربية والنخبوية الشخصية أو القومية.

غير أن ما يعاب على علماء وسائل الإعلام والاتصال أنهم أهملوا بعض هذه العوامل وأبرزوا عوامل أخرى، كالمعنى الهادف، النخبوية والسلبية إلا عامل الوضوح، الاستهلاكية الخاص بمدى نطاق الحدث، فقد تطرق إليهم Smith⁽³⁾. في دراسة التي أجراها على جريدة نيويورك تايمز، كما يتم تأكيد دور الشخصية في إبراز الخبر أي النخبوية، حيث النخبة تساهم في صناعة الخبر إنطلاقا من قاعدة الأسماء تصنع الأنباء "، حيث يؤكد ذلك "إستيائين"⁽⁴⁾. في دراسة التي أجراها في إخبار التلفزيون وتوصل إلى نتيجة مفادها أن تغطية الأحداث تعطي للأشخاص البارزين وأن إستماعه للنخبة هو الحدث وليس ما يصنعه.

(1) حلمي حضري ساري صورة العرب في الصحافة البريطانية، سلسلة أطروحات الدكتوراه مركز الدراسات الوحدة العربية، ترجمة عطا عبد الوهاب، الطبعة الأولى بيروت 1988، ص 183.

(2) Murdock.G « Misrepresenting Media Sociology A : Reply to anderson and sharrock» Sociology : Vol 14 N° 1 Fybreary 1980 P60.

(3) Smith.R.F « on the structure of foreign news : A Comparison of The News york Times and Times and Indian White Papers » journal of Place Reseach N° 6 1969.

(4) E.J.Eptien , News from Nowhere : Television and the News C. New York Rondon House 1973.

ويلاحظ أيضاً أن غالبية البحوث الخاصة بالقيم الإخبارية، فقد ركزت على عامل السلبية Negativeness وكذا التضاربية، بحيث تلعب الأخبار السلبية دوراً إيجابياً واسعاً في الجمهور، نظراً لما تتمتع به من المفجأة، وعدم التنبؤ بالتطورات حيث تقوم وسائل الإعلام على إبعاد عناصر مهمة في الأحداث، وإظهار صور أخرى كما يحدث في ليبيا، بحيث تركز وسائل الإعلام على ما يفعل الثوار لكنها تتعد عما يقوم به حلف الناتو أو كتائب القذافي ويعطي أحياناً الشرعية على بعض الأحداث كغزو العراق 2003.

بالرغم أن هذه القيم الإخبارية غير مكتوبة إلا أنها واضحة يفهمها المحررون المحترمون في وسائل الإعلام ويتعلمونها عن طريق ما يصفها "شينول" (العملية التنشئية الاجتماعية غير المهنية أثناء قراءة الجرائد وبالتحدث مع زملاء المهنة الأكثر خبرة ومراقبة إجراءات الانتقاء التي يزاؤها مساعدو المحررين)⁽¹⁾.

ويؤكد "شينول" بأن هذه القيم هي التي تصبح تعرف بالسياسة الإخبارية للمؤسسة الإعلامية وهذه السياسة معروفة بين الصحفيين العاملين لديها عن طريق إبلاء القيم الإخبارية وزنا لائقاً.

من أين يتحصل الأمريكيون على معلوماتهم؟

قامت منظمة Report Organization, inc سنة 1959 إلى 1996 بدراسة مضمونها طرح هذا

السؤال من أين يحصل الأمريكيون على المعلومات الإخبارية؟

أو بصفة السؤال الأصلي: أريد أن أسألك من أين تحصل على معلومات عادة حول ما يدور في العالم اليوم؟ من الجرائد أو من الإذاعة أو من التلفزيون، أو من المجلات، أم أنك تفضل التحدث مع الناس حول هذه المواضيع؟ فكانت الإجابة كالآتي المبينة في الجدول التالي⁽²⁾:

1996	1990	1987	1982	1978	1974	1968	1963	1959	مصدر أغلب الأخبار
69 %	69	66	65	67	65	59 %	55 %	51 %	TV
37 %	43	36	44	49 %	47	49	53	57	New paper
14 %	15	14	18	20	21 %	25 %	29 %	34	Radio
5 %	3	4	6	5	4	7	6	8	Magazines
5 %	7	4	4	5	4	5	4	4	Other people
15 %									Online

ملاحظة: الأرقام المذكورة بالنسبة المئوية.

كما طرحت سؤال آخر حول مدى ثقة الجمهور الأمريكي، بالميديا الأمريكية، وبأكثر الوسيلة إعتقاداً.

السؤال الأصلي: إذا كان لديك غموض أو إهمام أو تحفظ على بعض التقارير التي تسمعها أو تراها أو

تقرأها، أي الوسيلة من الوسائل الخمسة، تثق فيها؟

(1) Chibnau, S. Law and Order News : an analysis of Reporting in The British Press. London Tavis Tock Publications 1977 P 13.

(2) Joseph-R-Dominick ; The Dynamics of mass communication Op-at P 386.

فكانت الإجابة حول مصداقية الميديا الأمريكية بالنسبة المثوية:

الأغلب الاعتقاد (الثقة)									
53	54	55	53	47	% 51	44	36	% 29	التلفزيون
23	22	21	22	23	% 20	21	24	% 32	الصحف
07	07	06	06	09	% 08	08	12	% 12	الإذاعة
04	04	07	08	09	% 08	% 11	10	% 10	المجلات
% 01									على الخط
% 12	13	% 11	% 11	% 12	13	16	18	17	لا أعرف

وتدعيما لهذه الدراسة قامت سنة 1985 جمعية محررو الجرائد المجتمع الأمريكي، (ASNE) بتموين دراسة، حول المصداقية أو مصداقية الصحافة لدى الجمهور الأمريكي، فكانت النتيجة هي 72 إلى 66 % بتفوق في الصحافة المكتوبة أكثر من القنوات التلفزيونية، والإذاعات⁽¹⁾.

آليات اختيار القصص الإخبارية في الأخبار:

هناك نظرية: تقول بأن الأخبار أو القصة التي تحتل الساعة، يتم اختيارها من طرف⁽²⁾ الصحفيين في المؤسسة الإعلامية، مع ميولهم الإيديولوجي، ويدعم هذه النظرية NIXON AGNEU ويظهر في هذه القصة تميز الصحفي أو مصدر القصة إلى القضية التي اختارها أن تكون قصة اليوم أو الخبر الرئيسي في الأخبار. أما النظرية الثانية، وهي اختيار القصة أو الخبر الرئيسي، انطلاقا من تأثير الخبر من حيث تحقيق الفائدة الاقتصادية على المؤسسة، وهذه النظرية يؤيدها أصحاب الاقتصاديين الاجتماعيين في الصحافة الأمريكية. أما النظرية الثالثة وهي نظرية المرأة، حيث يرى مجموعة من الصحفيين ما يعجبهم من قصة يجونها ويفضلونها، فيريدون أن يقدموها للجمهور.

كل هذه النظريات تحققت في الستينات وتلاشت.

أما النظرية الرابعة، فتتعلق إلى تشكيل الخبر الرئيسي أو القصة المسيطرة، انطلاقا من المصدر الرئيسي وراء الخبر أو القصة، وهم عادة من رجال الدولة والنفوذ هم الذين يحددون قيمة القصة أو الخبر. ومهما يحاول الصحفي إرضاء الجمهور، لا يستطيع لأن صناعة القصة أو الخبر يتحدد من المصدر وليس الجمهور، لأن الفاعلين في الأخبار هم المصادر، وهم يتصلون بصناع الأخبار وغرف التحرير لتزويدهم بالمعلومات.

(1) www.fair.org

(2) Faith in Reading : Religious Publishing and the Birth of mass media in American : Nord david Paul, 2005, P34.

التحيز في الميديا الأمريكية.

إن التحيز يعني إما التحريف في الحقائق التي يلقيها الصحفي أو معد الحصة، أو الكاتب في العمود، وإما عن طريق الخطأ في التقدير مما يعادوه على مسامح الجمهور، وبطريقة أخرى قد يكون سهلاً أو عمداً في نسيان بعض الكلمات أو الجمل التي تخل بالمعنى مما يستدعي انتباه المتلقي إلى الفهم الخطأ للمرسل.

لكن وطبقاً لما يقوله Stephen Klaidman وصديقه Tom Beachamp في كتابهما المعنون بالصحفي الصالح بأن التحيز هو عدم التصويب في إختيار الكلمات المناسبة، والدقيقة التي تخل بالتوازن في الفهم للقصة، مما يؤدي إلى تحريف الكلام عن موضعه، وتزييف الواقع، حتى ولو كان الخطأ وقع في الطبع في نسيان فقرة مهمة، فهنا يكون التحيز ويفعل فعلته.

ويظهر التحيز لدى الصحفيين إما عن طريق التوجه السياسي لدى الصحفي أما النظرة السطحية في الرأي حول تصور الواقع والجهل، بالحقائق مما يجعل الصحفي يصدر أحكاماً ويتحيز لأفكار أخرى. كما قد تؤثر الخلفية العائلية للصحفي وموقعها في الجمع من حيث الحس، والنسب والثروة وغيرها. بالإضافة الأيديولوجية فقد تلعب الأيديولوجيا دوراً مهماً في خلفية التحقيقات والتطرق للمواضيع والاستدلال بالرأي التي تصب في هذا الاتجاه.

وعلى هذا الأساس فالإيدولوجيا هي سلطة خفية تمارس ضغطها على الصحفي في اللعب بعقله وتجعله يتلثم في كلامه، دون شعور مهما حاول التخلص منها، فإنها تبقى أثرها على الشيء كالحتم. مثلما حدث مع الرئيس الأمريكي بوش حينما قال إنها حرب صليبية، يدل ما يقول: حرب عالمية سنة

2001

وكما يقول الشاعر زهير بن أبي سلمى:

ومهما تكن لأمرء من خلقية وإن خالها على الناس تعلم

وهذا العنصر مهم جداً يملئ على الصحفي ما يشاء وما يجب ويختار الكلمات والألفاظ وحتى الملفات التي تثيرها المحطات التلفزيونية والإذاعات والصحف والمجلات والأعمدة هي دائماً تابعة لمصادر المعلومات واللوبيات الخفية. ففي هذه الحالة يتحول الصحفي إلى ببغاء فقط.

إن عامل الدين هو الآخر يلعب دوراً مهماً في الانحياز وتسيطر على عاطفة الصحفي ويسوقه إلى العقيدة التي يعتنقها أو يتبعها إما بالحركات الإيمائية أو اللاشارات، أو العبارات المستعملة والضيوف المستضافة.

وكثيراً في الصحافة الأمريكية ما يحاسب أو يعاب على الصحفيين والمعلقين بآئمتهم الحزبية للجمهوريين أو الديمقراطيين أو الليبراليين أو المحافظين وكثيراً ما تشوه الأخبار وانحيازها كان ورآه النضال الحزبي والانتماء إليه، فمثلاً عندما استعمل رئيس تحرير لوشنطن تايمز السيد James Nhlen : بأنه استقال لكون الكنيسة أصبحت هي التي تملك النشر، عن طريق دفع السياسيين إلى التفقه والإيمان المعلقين والصحفيين.

أمثلة عن التحيز:

كيف عالج الرئيس كلينتون^(*) مشكلة المتسولين؟

يقول الصحفي المشهور قولديريك بيرنارد Gold berg Bernard⁽¹⁾ في كتابه المعنون بالتحيز وهو صحفي قديم في شركة CBS والذي بين فيه أن الصحافة او الميديا كيف تشوه الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية، بأن في سنة 1980 كانت الصحافة الأمريكية تعمل على تزيف وتحريف الواقع المرير وتقديمه على أحسن صورة، للمتلقين ومحاولة إظهار كل ما هو جميل بعيد عن الواقع المرير الذي يعيشه الشعب الأمريكي⁽²⁾. وعلى هذا الأساس لم تنل حصص الواقع حصتها في الميديا الأمريكية، وعليه كان على المتسولين في الشوارع أن يبقوا بعيدين عن أعين الكاميرات، وكأن أمريكا خالية من هذه الظاهرة. لقد عملت الصحافة الأمريكية على البحث عن كل ما هو جميل وساطع وتبين البطولة والشجاعة والكرم والرخاء لدى المجتمع والفرد الأمريكي، انطلاقاً من فلسفة أن الأبيض أحسن وأفضل من الأسود والنظيف أحسن وأفضل من الوسخ والجذاب أفضل من غير الجذاب العاقل أفضل من غير العاقل. وعلى هذه الفلسفة أبعث المتسولين من برامج التلفزيون، ففي سنة 1989 قال الصحفي هايس في صحيفة نيويورك تايمز بأن صناعات الأخبار، يريدون فقط محاورة البيض واستدعائهم فقط، على غير السود، وكذا الطبقات الوسطى.

أما الكاتب walter goodman حينما كتب حول التلفزيون لنيويورك تايمز بأن الميديا الأمريكية تعمل على تجميل الواقع"، فقط لا أكثر.

إن هؤلاء المتسولين، هم غالباً إن لم نقل 50% على حد تعبير الكاتب بأنهم أناس، كانوا مسجونين، والذي يسجن في الولايات المتحدة الأمريكية، لا يحق له العمل والسكن في أي مؤسسة، لأنه لديه خلفية سيئة والباقي معظمهم مصابين بأمراض عقلية، أو الأيدز والآخرين مهجرين عن طريق العنف العائلي أو العنف الاجتماعي الناتج عن طريق استعمال المخدرات، وعدم الكفاية في التعليم والتربية.

فهنا الميديا لم تذكر حتى على 50% من المتشردين العزاب الذين قضوا أغلب حياتهم في السجن؛ حتى وإن ركزت الصحافة على هذه الفئة أو النسبة المقدرة بـ 50% لم تستطع تزيين الواقع كما قال الصحفي hayes ولكن على حد تعبير الكاتب bernard حتى وإن تعاملت الصحافة مع هذه النسبة بعناية فإن هناك مبالغة على تزيف الواقع الأمريكي.

(*) بيل كلينتون هو الرئيس الأمريكي الديمقراطي (1992-2000).

(1) The bias by bernard goldberga C.B.S in sider exposes how the media distoret the news page 139

(2) Bernard Goldberg : The Bias ; Ibid P 150.

ففي الفترة الممتدة من 1980-1990 لم يكن أحد يعرف كم كان عدد المتشردين الأمريكيين⁽¹⁾ على تقدير دراسة قام بها المكتب الأمريكي للإحصاء بأن عدد المتشردين الأمريكيين في هذه الفترة هو 230000 متشرد، أما لجنة المكتب الكونغرس للمحاسبة العامة، فقد أعطى المتشردين ما بين 300000 و600000 وأما معهد الحضري فقد قدر العدد ما بين 355000 و462000 متشرد.

وهذا الرقم أو الظاهرة لم تكن تدخل حيز السر للدولة كانت معممة، لكن الصحافة لم تكن تأخذ هذه الظاهرة في الحسبان، على الرغم بأن جمعية المتشردين كانت تقدر الرقم، بالملايين وفي سنة 1993 وجد الصحفي jackie noprال وهو مقدم برامج ومنتج في قناة NBC برنامج الأسبوع اليوم week to day قال: بأن على مستوى الوطن اليوم، ما يربو من خمسة ملايين متشرد والرقم في تزايد وكرر خمسة ملايين الرقم في تزايد. وقال كذلك الصحفي الموهوب شارل أو سقود في محطة CBS news في تعليق مباشر بأن مع سنة 2000 هناك تسعة عشر مليون أمريكي يتشردون، اللهم، إذ هناك عمل قدم لهم، وتسعة عشر مليون متشرد عند بداية حلول القرن الجديد.

لكن الصحفي البارع والجيد Ray Brady والذي كان مراسل ومنتج حصص محطة CBS Evining News قال بأن المتشردين ليس هم الذين بدون مأوى، ولكن هم الذين يعيشون في بيوت ولكن بدون أم وأب ولا يرون تلفاز أو الشاشة الكبيرة؛ وهنا نرى بأن المتشردين نالوا بعض التعاطف لدى بعض الصحفيين لكن غالبية الصحفيين، لم يعيروا اهتماما لمساندة هؤلاء المتسولين؛ ففي مطلع 1980 دائما قام الصحفي lichter والفريق العامل معه لتحليل 103 قصة في الخطاب التلفزيوني المعروفة بالعائلة الواحدة ABC وNBC وCBC في إخبار المساء.

بالإضافة إلى (26) ستة وعشرون مقالا، وفي تايم time وأخبار الأسبوع news week وأخبار الولايات المتحدة الأمريكية us news تقرير العالم world report بأن 25 خمسة وعشرين⁽²⁾ مقالا كلهم يلمون المتشردين يلومون المتسولين بأنهم هم شخصيا سببا في مشاكلهم وحدهم، كالأزمات العقلية، استعمال الحبوب المهلوسة، والمشروبات الكحولية وضعف الأخلاق. و96% يلومون المجتمع على أنه هو السبب الأول على هذه الظاهرة والظروف السياسية.

ولا يلومون الدولة التي عجزت عن تقديم يد المساعدة في توفير السكن الذي ارتفع إلى أضعاف المضاعفة. وحاول القلة من الصحفيين التعاطف مع المتشردين في دعوة منهم إلى اتهام الرئيس الأمريكي الراحل آنذاك رونالد ريغن بأنه يتعامل مع المتشردين بدون شفقة ولا رحمة، أن ريقان قام بحرب النجوم على الاتحاد السوفياتي سابقا، وفشل تقديم حل في البرنامج الاجتماعي، وقال المعلق الصحفي في ذلك الوقت 1980-1989 في تجمع للمتشردين بأنه أكبر لقاء للمتشردين في حياة أمريكا.

(1) Bernard Gredberg ; The Bais : CBS insider exposes, How The media distore The news Ibid P 170.

(2) Bernard Gredberg ; The Bais : CBS insider exposes, How The media distore The news Ibid P 171

الصحفي Tom Brokeque أن ريقان كان صديقي في القيادة في الجيش وأعطى لوزارة الدفاع كل ما تريد، وأظهر صورة المتشردين على الشاشة، وعلق يقول: إنهم يعانون نحن قيادة ريقان.

وقال الصحفي Garrik Utley في محطة CBS news بأن عدد المتشردين في تزايد في عهد ريقان لأنه عمل على تخفيف وإضعاف الدخل القومي للفرد.

وكل الصحفيين في القنوات الوطنية أجمعوا على أن ريقان^(*) هو السبب المباشر وراء زيادة المتشردين إلا ان جريدة نيويورك تايمز التي كتبت مقالا عريضا على الصفحة الأولى وتؤكد فيه بأن المتشردين هم السبب في إذابة أنفسهم بالكحول والممنوعات التي ساهمت في تحطيم شخصياتهم من الداخل.

وبعد كل هذه التعاليق في المحطات الإذاعية، والتلفزيون، سارع Irving Shandler الذي كان يقود مركز اعادة التأهيل، في مدينة فيلاديفيا، بأن مستوى الاعتداء هو السبب الرئيسي وراء زيادة المتشردين⁽¹⁾.

ونشرت جريدة The Wall Street عمودا لصاحبه المعروف Robert Lichter بأن قضية المتشردين هي قضية أخلاقية بالدرجة الأولى ولذلك يجب أن يكون هناك حس وطني لهذه الظاهرة وتحرك انساني وتدخل من طرف الدولة والمواطن.

وعند وصول الرئيس كلينتون إلى سدة الحكم اختفت القصص المثيرة للعجب، والانتقادات الموجهة إلى السلطة، حول التقصير والعجز في تقديم المساعدات إلى المتشردين، واختفت المؤشرات التي كانت ترددها الميديا ضد الجمهوريين آنذاك، وحصل اتفاق مع السلطة التي بدأت تتزين صورتها وكذا تزيين وتبريق الواقع، واختفاء المسؤولين المتشردين، لماذا؟ هل الديمقراطيون يحملون الحل السحري للقضية؟

فطبقا ل Philip Terzian رئيس تحرير جريدة Providence Journal والذي اشتغل في إدارة كارتر^(**) بأن تعاطف الميديا وتحيزها للديمقراطيين وراء ذلك.

ففي سنة 1999 كتب عمودا حول المتشردين في جريدة صوت الغربية بأن في سنة 1988، جريدة نيويورك تايمز نشرت خمسة وخمسين 55 قصة حول المتشردين، وخمسة صفحات، وبعد عشرية من الزمن 1988 نقص العدد إلى عشرة 10 قصص في نيويورك تايمز ولا صفحة واحدة.

وأظهر مركز الميديا المحافظة للأبحاث بأن سنة 1990، عندما وصل جورج بوش الأكبر إلى الحكم كانت 71 قصة في محطة CBS - CNN - ABC في أخبار المساء.

ولكن عندما كان كلينتون رئيسا في سنة 1995 الرقم نزل إلى 09 تسعة قصص.

ومباشرة بعد تأدية اليمين الدستوري للرئيس بوش عادت محطة ABC في إذاعة خبر بأن عدد المتشردين سيرتفع وأكدت ذلك محطة CNN في سنة 2001 بأن العدد في تزايد.

(*) رونالد رقان الرئيس الأمريكي عن الحزب الجمهوري، (1981-1989).

(1) Bernard Gredberg ; The Bais : CBS insider exposes, How The media distore The news Ibid P 1173.

(**) جيمس كارتر الرئيس الأمريكي عن حزب الديمقراطيين (1977-1981)

هناك تجدر بنا الإشارة إلى طرح السؤال الآتي: هل الصحافة الأمريكية (الميديا) منحازة إلى الحزب الديمقراطي؟.

أم أن فعلا الديمقراطيين هم أناس يعملون من اجل تغير الواقع؟ بالعمل الفعلي، وإعطاء البديل؛ أم أن هناك علاقة بين أيديولوجية الصحفيين وانتمائهم الحزبي؟ وعندما فاز بوش في الانتخابات 2004 أقيـل: دان راضر من CBSNEWS مقدم برنامجه العريق 60 دقيقة Sixty Minutes أقيـل مدير CNN وبعض الصحفيين من محطة CBSNEWS في فضيحة أبو غريب في العراق^(*).

وكيف نفسر بوصول الصحفي الناشط tony snow في قناة فاكس نيوز الذي أصبح ناطق رسمي بالبيت الأبيض سنة 2006.

(*) سجن أبو غريب إكتشف بعد حرب العراق 2003، كان يعذب فيه العراقيين من طرف الجنود الأمريكيين.

المبحث الثالث: تأثير الصحافة بالضغط الاجتماعي.

تأثر الصحافة الأمريكية بالضغط الاجتماعي والاقتصادي كان له تأثير بالغ الأهمية على الصحف، والمجلات، فخلال فترة 1930 وصل عدد السحب في اليوميات الأمريكية إلى مليونين نسخة، مقابل صعود في عدد السكان إلى سبعة ملايين نسمة؛ مما أثر على مبيعات الصحافة؛ وانخفضت مبيعات الصحف بـ 20% بمعنى أن الظروف الاقتصادية والاجتماعية كانت وراء ذلك، لكن ظهور الراديو في هذا الوقت كان له تأثير، كذلك صار الإشهار يذهب إلى الإذاعة مما أدى إلى التراجع في مداخيل الجرائد من 45% إلى 39% خلال فترة 1935-1940 وفي المقابل؛ قفز الراديو من مداخيل 6 إلى 10% من الإشهار.

وفي هذا الفترة بدأ الصحفيون يركزون على التحليلات الاقتصادية للظروف التي تمر بها البلاد فظهرت جريدة The Wall Street Monitor journal وchristion science وهي صحف مختصة في التحليلات المالية.

تعالج الصحافة الأمريكية الأخبار وبيئتها عبر المعمورة الأمريكية، ساعة حدوث الحدث، مع التعليق والتوجيه، مراعية في ذلك المصلحة العليا للدولة والمجتمع.

كما للصحافة الأمريكية التقسيم في بث الأخبار وخصصت لذلك الأخبار المحلية وهي التي تقوم بنشرها وبثها عن المنطقة الحوارية، والأخبار المحلية الخاصة بالولايات المتحدة الأمريكية والأخبار العالمية. وداخل الأخبار يطلق على التسميتين على الأخبار.

- الأخبار الناعمة: وهي الأخبار السهلة والتي لا تؤثر كثير على عقول وسلوكيات المتلقي.
- الخشنة: وهي التي عادة تحمل أخبار موجعة.

ونحن هنا نحاول تقديم بعض الجوانب في الصحافة الأمريكية وكيف تقدم الأخبار وتعالجها مع مراعاة الدولة والمجتمع الأمريكي.

خلال نهاية الستينات وبداية السبعينات سيطرت على الأخبار في الصحافة الأمريكية أخبار حرب فيتنام وما نتج عن هذه الحرب في انتشار الانحرافات الأخلاقية، والبطالة، وكذا التضخم.

كذلك بالنسبة لغزو العراق سنة 2003، تزامن ذلك مع فيضانات كاترينة التي أتت على مدينة نيويورك، وكان هناك انتقاد واضح وفاضح ي فشل الإدارة الأمريكية في التعامل مع هذه الكارثة الطبيعية، والبعض اتهم الحكومة الفدرالية بالتعاسف لأن أهل هذه المنطقة هم سود، وبالتالي كانت التعليقات تصب في هذا الاتجاه، كيف أن الولايات المتحدة الأمريكية أنفقت على حرب غزو العراق (09) تسعة ملايين دولار أمريكي، هذا المبلغ كان كافياً لبناء مدينة ألوربانا من جديد، لأن قول الحق مهم فإنني زرت المنطقة بعد الفيضانات، وهناك جهود مبذولة من طرف الدولة إلا أن سوء التسيير أحياناً هو الذي كان وراء تأخر وصول المساعدات، كذلك الأزمة الاقتصادية التي علاقتها الولايات المتحدة الأمريكية منذ بداية 2008، حيث ظهرت الأزمة في البداية في عدم تسديد قروض

العقار وبدأ أهل الرهن يعيدون المنازل إلى البنوك وهنا عملت الصحافة على تعرية هذه الظاهرة هو بمثابة استشعار بحدوث الأزمة التي وصلت تداعياتها إلى أوروبا الآن خاصة اليونان.

من هم الذين تغطيهم الصحافة الأمريكية؟

من خلال الدراسة التي قام بها Herbert J. Gans سنة 1974 في قياس جمهور الميديا الأمريكية، وخاصة المحطات المعروفة آنذاك NBC. CBS. ومجلة التايمز Times و News Week تبين ما يلي⁽¹⁾:

برامج أخبار المساء		أخبار المجلات		
NBC	CBS	TIMES	NEWS WEEK	العدد الإجمالي
10.395	16.019	19.488	19.013	الجنس
46.8	47.5	55.5	58.2	ذكور
53.2	52.5	44.5	41.8	إناث
				السن
9.2	8.4	20.8	23.4	24-18
14.7	12.6	24.0	24.5	34-25
28.9	28.3	17.2	16.8	44-35
/	/	19.5	18.2	55-45
47.2	50.7	11.4	10.0	64-55
		7.1	7.1	65+
53.0	55.0	38.0	36.3	متوسط السن
				التربية
		31.1	27.9	معهد مركز تكوين
28.3	28.1	26.4	26.1	3-1 دراسة في التكوين المهني
		31.1	34.3	ثانوي
39.3	31.2	7.7	7.9	3-1 تعليم ثانوي
32.4	40.8	3.7	3.8	تعليم فقط
		20.8	19.6	مهنة (رجال)
				مهن تقنية
20.1	24.2			مسيرين وإداريين
		20.4	17.7	المالكين
6.9	5.9	12.9	14.0	رجال الدين والبائعين
39.6	36.1	10.7	14.1	الحرفيين
		19.3	19.9	بعض الأشخاص
33.3	33.8	16.0	14.8	البطالين
				الذين يؤجرون البيوت
16.0	15.3	36.8	34.2	أكثر من € 20000
16.1	14.6	19.2	20.2	€19.999 € 15000
18.5	17.9	20.6	20.8	€14.999 €10000
13.3	9.6	7.7	7.9	€9.999 €8000
36.1	42.6	8.4	1.8	€7.999 €5000
10.030	9876/	16545	16.091	المعدل بالدولار
				مؤشر الطبقات الاجتماعية
		10.2	8.2	أكثر من الطبقات العليا
غير موجودة		22.6	21.4	أكثر من الطبقات الوسطى
		25.1	24.9	الطبقة الوسطى الهابطة
		42.0	46.5	الطبقة السفلى
				الأصل والعرق
93.5	89.8	91.1	99.7	البييض
6.0	9.4	7.4	7.9	السود
0.5	0.8	1.5	1.4	البقية

(1) Harbert.J.Gans : Deciding whatis News CBS evining News NBS Nightly news – News week and Time P 05.

وطبقا لدراسة قامت بها مجلات نيويورك سنة 1967، فإن 61% من الرجال و91% من النساء أكثر من 60 سنة يشاهدون المحطات الإذاعية والتلفزيون، تقريبا كل يوم، كما أظهرت الدراسة عامل المتعلمين والذين لهم وظائف عالية هم الأكثر قراءة لمجلات وأكثر من الذين يشاهدون التلفاز، حتى الذين لا يملكون مؤهل علمي لا يطالعون ويجذون مشاهدة التلفاز.

الفاعلون في الأخبار:

إن الفاعلين في الأخبار هم النخبة، من المثقفين والاقتصاديين والسياسيين والذين لهم مكانة في مرموقة في الدولة والمجتمع يصنعون أمجادهم بأيديهم ويسخرون الصحافة في خدمتهم. وعلى هذا الأساس الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، تخدم هؤلاء الذين يصنعون المعجزات في الدولة والمجتمع، لأن أقوىاء المجتمع هم الذين يصنعون أمجاد الدولة.⁽¹⁾

ففي دراسة صدرت على شكل كتاب والتي قام بها السيد Herbert J. Grans^{*} في سنة 1979 على القنوات الأمريكية المعروفة حيث أجرى هذه الدراسة على أخبار الليل في محطة NBC وعلى محلية NEWS WEEK و TIME توصل إلى ما ذكرناه آنفا هو أنه الفاعلين في صناعة الأخبار الأمريكية أو النشاط الاجتماعي، فخلال دراسة التي أصدرت من 1967 إلى 1975 وجد أن 70% إلى 85% من أخبار الوطن أو الأخبار الداخلية، يسيطرون ويستحوذون على 1/5 خمس الوقت المتاح والباقي من الوقت تخصص للمشاكل والأخرى كالتضخم، والحيوانات والمشاكل الطبيعية وهذه النسبة السالفة الذكر هي الشخصيات المعروفة. والجدول التالي يبين ذلك:

النسبة المئوية				
أعمدة أخبار المجلات				قصص التلفزيون
1975	1971	1967	1967	
85	72	76	71	معروفون
10	23	18	21	غير معروفة
05	05	06	08	حيوانات أفكار مجردة
795	753	645	1290	مجموع القصص والأعمدة

هذا الجدول يبين نوعية الناس في الأخبار الأمريكية.⁽²⁾

(1) Harbert J . Gans : deciding what's news C.B.S evening news .NBC nightly news .news week and time page08

(*) اشتغل كصحفي في كل من مجلة Time و New Week وقبل كتابة هذا الكتاب قضى مدة عشرة سنوات وهو يقدم لهذه الدراسة و يلتقي مع الصحفيين.

(2)Harbert.J.Gans : Deciding whatis News CBS Ibid P 05.

والجدول التالي بين ذلك

النسبة المئوية				
أعمدة أخبار المجالات				قصص التلفزيون
1975	1971	1967	1967	
23	20	12	11	المناصب الرتبة الكنيسة
07	12	17	04	المرشحون للرئاسة
04	10	10	16	أعضاء الكونغرس والسمات
20	16	09	22	بعض الرسميون من الفدرالية ^(*)
04	09	04	03	أعضاء عائلة كنيدي
11	16	13	11	بعض الرسميون من وواالمجليات
22	07	09	10	المتعدون على القانون ^(**)
00	00	04	01	الفلكيون
03	05	11	09	المهنيون
03	00	01	07	أرباب العمل
00	02	07	04	قادة الحقوق المدنية
01	01	03	02	بعض المعرفين
674	544	490	918	مجموعة القصص والأعمدة

فهذه الدراسة السالفة الذكر التي قام بها Herbert J Grans أظهرت خمسة أنواع من الناس والمجتمع التي تسيطر على الأخبار وتظهر فيها بشكل دائم وهي⁽¹⁾:

1-أهل المناصب الدينية:

يظهر هؤلاء وبشكل متزايد من سنة إلى أخرى وحسب الدراسة يقدمون على أساس أنهم أناس غير فاشلين في حياتهم، وفي الأدوار التي أوكلت إليهم، من مناصب رسمية كما سيطروا كذلك على الظهور على الشاشات وأعمدة الجرائد والمجلات.

2-المرشحون للرئاسيات:

يسيطر المرشحون للرئاسيات لمدة من الزمن على الشاشات والجرائد والمجلات، ويصبحون نجوما رغم انف المشاهد وتزداد أهميتهم أكثر من مسؤولي البلد أو الكنائس وأصحاب المناصب الاجتماعية الأخرى، ويحصل هؤلاء المرشحون على وقت كاف من الحصص في التلفزيون، لأن الحملة الانتخابية تبدأ سنة قبل الانتخابات.

(*) يتضمن اعضاء المحكمة العليا , ونواب الرؤساء والرؤساء القداماء.

(**) بعض منهم من كان في الحكم ولكنه خالف القانون

(1) Harbert.J.Gans : Deciding whatis News CBS evining News NBS Nightly news – News week and Time P 10

3-قادة المكاتب الفدرالية:

يظهر هؤلاء في الأخبار أكثر من الرؤساء والمرشحين وأكثر من قادة الكونغرس ومجلس الشيوخ خاصة في الفترة من 1945 إلى 1989 وهي فترة الحرب الباردة، ظهر كاتب الدولة للخارجية كسنجر وكاتب الدولة للخزينة لأن سنة السبعينات كانت أزمة اقتصادية، كما سيطرت على هذه الفترة فضيحة واتر قايت، خاصة بعد صدور المحكمة العليا قرارها ضد القضية، والمحكمة العليا من الهيئات المسيطرة على الأخبار، كما ظهرت كذلك عائلة كينيدي^(*) الرئيس الأمريكي المعتال، وخاصة بعد اغتياله واغتيال أخوه روبرت كينيدي.

وحتى روبرت كينيدي قبل وفاته كان يظهر أكثر من بعض القادة الآخرين وكذلك إدوارد كينيدي هو كذلك كان ينال حصة الأسد في الأخبار وهو أخ الرئيس كينيدي.

4-رجال الولاية والسلطات المحلية:

يسيطر حكام الولايات ورؤساء البلديات على بعض الأوقات في التلفزيون، ولكن يظهر وا كثيرا مقارنة مع الشخصيات الفدرالية إلا القلة من الولايات الكبرى والبلديات المعروفة. ولكن خلال الستينات ظهر رجال الولايات والبلديات في الأخبار لكونهم هم المسؤولين عن الأحياء والسكان، وما كان يعرف بالحارة، وكذلك الانتخابات المحلية، عندما بدأ السود يسيطرون على البلديات.

5-المعتدون على القانون والخارجون عنه:

وهم الذين لم يحترموا القانون وكذلك الذين يعملون في الدولة، ومارسوا القانون، سواء كانوا في الكونغرس أو الوظائف العليا للبلاد.

ففي سنة 1967 81% من الأخبار التلفزيون و61% من تغطية المجالات تغطي الاعتداءات والعنف، وفي سنة 1975 احتلت فضيحة واتر قايت 89% من الأخبار أي أكثر من كل الأخبار الحكومية.

ويجرم من الأخبار الفاعلون الإيجابيون في الدولة، ورجال الأعمال، وغرفة التجارة وأحيانا ما يظهر أرباب العمل، والعمال في القيم الإخبارية.

كما ظهر كذلك بعض الجنترالات والأدميرالات من الجيش أثناء حرب الفيتنام.

ولا يظهر بعض السياسيين الكبار الذين لا ينتمون الحزبين في الأخبار كما يظهر أحيانا الناشطين في حقوق الإنسان والحيوان .

كما لم تنال الأحزاب السياسية والشيوعية حصتها في القيم الإخبارية إلا عند وفاة زعيم الحزب الشيوعي نورمان توماس Norman Thomas.

(*) الرئيس الأمريكي جون فيرجيرالد كندي حكم منذ 1961 إلى 1963 اغتيل في مدينة دلاس تكساس.

من هم غير المعروفين في الأخبار؟:

دائما حسب الدراسة السابقة، فإن الناس غير المعروفين في الأخبار، هم الناس العاديين وذوي المستوى النازل، من رجال الدولة، أمثال الشرطة والرتب البسيطة، حيث يحتلون 1/5 خمس الوقت المخصص للأخبار والجدول التالي يبين ذلك.

النسبة المئوية				قصص التلفزيون
أعمدة أخبار المجلات				
1975	1971	1967	1967	
32	40	43	42	- المتظاهرين والمشاعيين والمضربين
21	25	20	33	- الضحايا
17	14	23	08	- الخارجون عن القانون
14	11	02	03	- المدعي عليهم والتجمعات غير الرسمية
07	06	12	07	- المشاركون في نشاطات غير عادية
09	04	00	07	- نشاطات أخرى
80	171	118	266	- المجموع

هذا الجدول يبين الناس غير المعروفين في الأخبار.

1-المتظاهرين والمشاعيين:

لا يظهرون في الأخبار إلا عندما يقومون بعمل يعارض الحكومة، أو يقف ضد قرار ما، وتحصلت هذه الفئة في الفترة الممتدة من 1967-1971 على نسبة 40% من بين حصة الناس العاديين في الأخبار. وحصل السود الذين يقطنون في الحارات على 58% من الأخبار وخاصة في المجالات والجرائد ولم يحصلوا سوى على 12% مقارنة بالتلفاز.

2-الضحايا:

وتتمثل هذه الفئة من ضحايا الطبيعة، الرياح والنيران، البراكين والأخطار والأعاصير والجريمة، وكذلك ضحايا التكنولوجيا أي كوارث التكنولوجيا كانهجار المصانع ومعظم هذه الفئط كانوا ضحايا الذين فقدوا حارتهم، وضحايا البطالة وعدم الاستفادة من خيارات الاقتصاد.

3-الخارجون عن القانون:

تتمثل هذه الفئة في الخاطفين والقاتلين، والاعتداءات في الطرقات وكذلك الضحايا هنا يظهرون في التلفزيون وينالون حصتهم في الأخبار كلا الطرفين، الجاني والجني عليه، خاصة عند المحاكمة.

4-المشاركين في نشاطات غير رسمية:

وهم الذين يشاركون في نشاطات غير مرخصة وغير معروفة كتقليد الصغار للكبار، وغيرها.

5-المدعي عليهم:

يظهرون في الأخبار وكذلك الذين يقومون لقياس الرأي العام ويجرون انتخابات ودراسة سير الآراء.

كما اظهرت هذه الدراسة فئة أخرى تأخذ حقها في الأخبار والتي أطلق عليها الباحث الانشغالات في الأخبار، وتمثل عادة في أخبار التغييرات الحكومية والصراعات الداخلية، وكذلك إحياء الذكريات والمراسيم الجنائزية، وفصائح الشخصيات المهمة في الدولة، وكذا أخطاء وفصائح مكتب الاستعلامات والمخابرات الأمريكية CIA وكذا الأعياد الوطنية وتنصيب الرئيس الجديد وإحياء وفاة ماتر لوثر^(*) كينج وغيرها.

وبناء على هذه الدراسة فإن الصحافة الأمريكية تعطي اهتماما للدولة أو الأمة، كذلك في شكل أخبار موجهة تسمى الأخبار الناعمة سواء في التلفزيون أو المجلات والجرائد.

وتعطي أهمية للدولة والحكومة على أساس رمز من الرموز لا يستهان بها في الأخبار.

كما أن هناك خطوط حمراء لا يستطيع صحفي أو مقدم أخبار، أن يتكلم فيها وهي قضية المساس بالوحدة والاتحاد الفدرالي للولايات المتحدة الأمريكية، ودائما الصحافة تعمل لمصلحة البلد وليس العكس وكل الأخبار والتحليل تسقط تحت مظلة الدولة الأمريكية والقانون الأمريكي الذي يوفر الحماية الكاملة للصحفي وحرية.

كما لا يحق للميديا أن تغوص في عمق المجتمع لتخلق الهوة بين العرقيات بل تعمل بكل ما فيها وسعها من اجل ردم الهوة بين الأقليات والعرقيات التي تشكل كيان المجتمع الأمريكي المعروف بتكوينه المعقدة، من البيض والسود والمكسيكيين والآسيويين وكذلك لا تدخل الميديا في التعرض إلى الصراع بين مؤسسات الدولة كمعارضة الكونغرس للبيت الأبيض.

وتأخذ الصحافة الأمريكية في بيان القضية العرقية كقضية جوهرية وأساسية لا يمكن مناقشتها أو الإشارة إليها بفراغات أو الإساءات أو كلمات غير مفهومة.

6-رجال البنزس والإشهار يضغطون على الصحفيين:

كثيرا من الأحيان يتعرض الصحفيين والمحررون إلى ضغوطات من طرف المعلنين ورجال الأعمال، وأصحاب الشركات، ويتسببون في طرد الكثير من الصحفيين وكتاب الأعمدة والافتتاحيات.

7-الضغوطات من طرف رجال الدولة والجماعات ذات المصلحة:

لا ينجوا الصحفيين والمحطات الإذاعية والجرائد والمجلات من ضغط رجال الدولة، وأصحاب النفوذ وكذا الجماعات الضاغطة.

يكتب هؤلاء إلى المؤسسة الإعلامية وينظمون ندوات ولقاءات ذات الصلة بالمحطة التي لا تعجبهم وقد يؤثرون عليها حتى الغلق ويتعرض يتعرض كذلك الصحفيون إلى ضغط من طرف النبلاء الذين يضغطون على مسيري المؤسسات الإعلامية للضغط على الصحفيين.

(*) الدكتور مارتن لوثر كينج، زعيم الثورات التي قام بها السود ضد النظام العنصري تم اغتياله سنة 1968 وولد سنة 1924 حائز على جائزة نوبل للسلام.

8-رسائل الجمهور:

يتفاعل القراء مع الجرائد والمجلات، ويرسلون رسائل يطلبون فيها تعاليق، وريورتاجات على أشياء تعجبهم مثلاً سنة 1977 وصل مجلة Time ما ينيف عن 60.000 رسالة ومجلة News Week 38.000 رسالة ويأتي التلفزيون أقل درجة وأهمية من المراسلة.

والغريب في الأمر أن الرسائل التي تصل إلى رئيس التحرير تنشر كما هي فمثلاً في سنة 2003 عندما كانت الحرب تحضر ضد العراق وأثناء الحرب كذلك، ثم نجر إلقاء القبض على الرئيس العراقي صدام حسين، كان عميد كلية العلوم السياسية والجغرافيا بجامعة تكساس الحكومية، يكتب عموداً دائماً بجريدة سان أنتونيو تيكساس San Antonio Express News ويعلق على الحرب وأوضاع المسلمين، وتداعيات الحرب، لدرجة أنه يهددونه، ويقولون له غادر جريدتنا لا تتركوه يكتب ويصفونه بكثير من العبارات غير اللائقة.

المبحث الرابع: علاقات شركات العلاقات العامة بالشركات الإعلامية الضخمة

تعريف الجمعية العالمية للعلاقات العامة على أن العلاقات العامة هي فن وعلم الاجتماع يقوم على تحليل الاتجاهات، والتنبؤ بالنتائج المرتبة من النصائح التي يقدمها لقوات التنظيمات من أجل تأدية الرابح الموجودة التي تخدم التنظيمات والشعب⁽¹⁾.

نشأة العلاقات العامة: يتفق أغلب المؤرخين على أن العلاقات العامة ظهرت في الحقبة الأولى من القرن التاسع عشر على يد رجل يسمى أي بي "Ivy Lee" عندما فتح مكتباً للعلاقات العامة سنة 1903 مع صديقه "جورج باركر" وبعد سنوات قليلة أصبح ممثلاً للصحافة في ولاية بيلسلفانيا ، حينها أعلن المبادئ العامة للعلاقات العامة المبنية على الشفافية والأمانة، في نشر المعلومات في المجتمع و الرأي العام، وكان لهذه الفكرة صدى إيجابي في الأوساط الإجتماعية، منها أعمدت الإدارة الأمريكية العلاقات العامة أول مرة في الحرب العالمية الأولى عندما عين الرئيس الأمريكي "ولسون" عميد الصحفيين جورج كريبيال رئيس قسم والعلاقات العامة لإدارة المعلومات حول الحرب.

وظهر عدة منظرين في هذا المجال أمثال "بيرنايس" الذي ألف كتاب حول العلاقات العامة معنونة *Crystallizing Public Opion*، سنة 1923 وفي سنة 1930 "تبلور" قانون تنظيم العلاقات العامة الذي مازال يعمل به إلى يومنا هذا. وفي الحرب العالمية الثانية لعبت العلاقات العامة دوراً مهماً مع تنامي الراديو والبحث من خلق قبول لدى الجماهير.

وخلال النصف الثاني من القرن العشرين، حدثت عدت تغييرات في المجتمع الأمريكي الذي ساعدت بموجبها لتنامي العلاقات العامة.

ومن أهم الأسباب التي كانت وراء تطور العلاقات العامة في هذه الفترة هي:

- ظهور الشركات التي وضعت على عاتقها الشفافية لزاماً عليها إنشاء قسم العلاقات العامة لتوظيف العلاقة بين الجمهور والرأي العام.
- تزايد عدد السكان وظهور الوظائف المختلفة والمستقلة.
- قوة تنامي الشركات والمؤسسات والعناية بالمستهلك.
- المنافسة الشرسة بين الشركات

إن هذه العوامل التي كانت وراء تطور هذا الإتجاه أدى دوره إلى تطور الموارد البشرية فيها كذلك حيث قفز العدد من 19000 سنة 1950 إلى 200,000 شخص سنة 1987.

(1) Joseph-R-Dominick : The Dynamics mass communication ;Ibid P 318.

كما زاد عدد المعاهد المختصة في تدريس العلاقات العامة إلى 400 معهد عبر الولايات المتحدة الأمريكية⁽¹⁾.

تنظيم العلاقات العامة: جرت العادة في بداية الأمر أن العلاقات العامة تخضع لإدارة المؤسسة أو الهيئة نفسها التي تخصص قسم من أقسامها للعلاقات العامة وهذا المعمول به في الولايات المتحدة نجد أن 85% من أصل 1500 أكبر شركات أمريكا يخضع فيه قسم العلاقات العامة إلى مدير الشركة أو المؤسسة كشركة " تي أند تي " وشركة جنرال اليكتريك، ويقدر عدد العمال الذين يشتغلون في قسم العلاقات العامة لدى شركة (تي أند تي) بـ 200 عامل.

أما النوع الثاني وهو أن تقوم أحد الشركات والمؤسسات سواء كانت حكومية أو خاصة بمستشار شركة علاقات عامة مختصة فتقدم هذه الخبرة خدمات معلوماتية ونصائح مقابل دفع معين من طرف الشركة الأصلية والممثل هذا النوع (1/3) ثلث عادة ما تلجأ إليه المؤسسات التجارية والسياسية. إن الأداء الوظيفي للعلاقات العامة واحد لكن الهدف يختلف وكذا الخطة والإستراتيجية، من مجال إلى آخر كما هو الآتي⁽²⁾:

علاقات حكومية وسياسية : تساهم في شرح البرامج السياسية وخلق التعبئة وصناعة قبول كما تقدم معلومات دقيقة إستخبارية، من أجل توفير جو لأخذ القرار.

علاقات على مستوى التربية : تدار في المدارس وتعاونيات لخلق التقارب بين المدرسين وأولياء التلاميذ. علاقات عامة في المستشفيات : تقدم نصحا وحلولا للمرضى وبناء علاقة بين المرضى والأطباء من أجل المريض وكذا شركات الأدوية والضمان الإجتماعي.

علاقات عامة في التنظيمات غير الربحية: على مستوى الصليب الأحمر وأطباء بلا حدود وصحافيون بلا حدود

علاقات الجمعيات المهنية: وهي الجمعيات الثقافية كجمعية الأطباء الأمريكيين، وجمعية المحامين. علاقات عامة في الترفيه والرياضة: تنظيم والمهرجانات، والأعراس الرياضية. علاقات عامة الدولية أو العالمية: تقدم بجمع المعلومات وتقدمها للمؤسسات الإعلامية (شبكة CNN). علاقات عامة استثمارية: تقدم خدمات حول البورصات ، الإستثمار الأسهم. علاقات عامة سياسية: تقدم استثمارات سياسية للأحزاب والجمعيات، تقيم الحملات الإنتخابية وغيرها. علاقات عامة في تسيير الأزمات: تعمل على إدارة الأزمات السياسية والإعلامية وتقدم حلولاً لذلك. وتتم العلاقات العامة بأربعة مراحل هي:

(1) Cutlip, Scott, Public Relation Hostry. Hills dale. NJ L.Erlbaum, 1995 ; P30.

(2) HARRISON, Shirley : Public Relation : An Indraduction New York ; Routledge ; 1995 P151.

- **تجميع المعلومات:** وهي مرحلة يتم فيها تجميع المعلومات وتحليلها من مختلف المصادر كالكتب والمجلات والفاعلين في المجتمع .

- **التخطيط:** يشمل بناء الخطة والإستراتيجية وتحريم التكتيك للوصول إلى الهدف المتبقي تعرف به (MBO) (Management by objectives).

- **الإتصال:** وهي عملية تحديد القنوات وتصميم الرسالة للوصول إلى الجمهور المستهدف.

- **التقييم:** وهي آخر مرحلة لتقدم التقييم والتممين، إذا كانت الخطة أتيت بنجاحها وتحقيق الهدف المرجو منها.

إقتصاد العلاقات العامة: تخصص الحكومات والهيئات ميزانية ضخمة لتسيير علاقات العامة، ومن جراء ذلك تحصل الشركات العلاقات العامة على مداخيل خيالية مقابل تقديم خدمات، مثلاً وصل دخل الشركات العلاقات العامة سنة 1996 1,5 مليون دولار أمريكي⁽¹⁾.

إمتازت صناعة العلاقات العامة بالثبات والاستقرار، كيفية المؤسسات الإعلامية الأخرى، ولكن بعد 2001 عرفت قفزة نوعية، حيث سيطرت على هذه الصناعة ثلاثة شركات ضخمة، تمثل في أومنيكوم، ديليو-تي بي، وإنتربيبلك جروب، يصل عدد الموظفين الإجمالي في هذه ثلاثة شركات وهي مرتبة حسب الحجم بـ 163932 موظفا بتوزيع في 170 دولة. وهي تمتد خيوطها إلى مفاصل الحكومات والشركات متعددة الجنسيات، وجماعة الهيمنة الكونية⁽²⁾.

تسيطر شركة أومنيكوم على مجموعة كبيرة من الشركات التابعة لها مثل شركة بي بي ورلدوايد، ودي دي بي ورلدوايد، وتي بي دايليو إيه ورلدوايد وجي اسردي آندام. وميركلي يارترز، وزيمهران بارترا، وكذا 160 شركة تابعة لقسم خدمات الوكالات المتنوعة، كشركة فلايشمان - هيلارد، وإنيجر، وراب كولينز. وشركة دايليو بي بي (W.P.P) تقع في المملكة المتحدة، وكذلك شركات العلاقات العامة والإعلان وإدارة الأزمات.

اسندت مهمة الدعاية إلى شركة هيل آند نولتون قبل حرب الخليج الأولى، وساهمت هذه الشركة في خلق جو من الغضب القومي، لدى العراقيين، من جراء دخول الجيش العراقي إلى الكويت وعاث فيها فسادا، حيث قامت الشركة السالفة الذكر بإحضار طفلة كويتية وقدمت مشهدا دراميا حول ما رأته فيه الكويت عندما هاجم الجنود العراقيون مستشفيات الأطفال، وفي الحقيقة هذه البنت كانت بنت الشيخ سند ناصر الصباح سفير الكويت بالولايات المتحدة الأمريكية⁽³⁾.

(1) Wilcox Dennis ; Phillip Ault, and Warren Agee. Public Relation : Strategies and TActics. New York : Harper Collins 1995 P280.

(2) بيتر فليس: الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص 147.

(3) المرجع السابق نفسه، ص 248.

هناك علاقة وطيدة بينهما، فهناك تداخل في وظائف الأشخاص فمثلا هناك أربعة أعضاء من مجموعة (WPP) ضمن أعضاء مجلس العلاقات الخارجية، كما يشغل عضو في مجلس شركة أومنيكوم منصب رفيع في شركة تايمز "وارنر" ويشغل عضو آخر أمين مدى الحياة في شبكة بي بي اس «PBS»، ورغم ضيق سوق شركات العلاقات العامة بالشركات و العلاقة والتي لها تاريخ عريق، ظهرت هناك شركات أخرى على الساحة وصارت في سقف الشركات الضخمة، نذكر على سبيل المثال شركة فايف دابليو (Five W) للعلاقات العامة، وشركة لنكولن جروب، وريندوب جروب هذه الشركات الجديدة لم نسمع بها إلى غاية الحادي عشر من سبتمبر 2001.

فمثلا شركة (Five W) تأسست 2008 ولكنها سجلت زيادة فائقة قدرت 85% من صافي الفوائد من 2004 إلى 2005.

أما شركة "ريندون جروب" أوكلت لها مهمة إدارة الحرب الإستباقية التي تقودها أمريكا، فهي التي ساعدت في الإطاحة بالرئيس البنمي "بنما" ما نويل نوريتجا، وشكلت الدعم الكلي للحرب الخليج الأولى، وفي منتصف التسعينيات خلقت مؤتمر العراق من الفكرة إلى إنتاج أحمد الجليبي (*).

ومازالت تقدم الدعم والحرب ضد الإرهاب، وتقديم أسطورة أسلحة الدمار الشامل وإنقاذ الجندي العادية من جنود العراق "جيسكا لينس".

وتمتاز شركة العلاقات العامة "لنكولن" بمحصولها على إمتيازات وعقود خيالية، كالعقد الذي أحرزت عليه سنة 2005 بقيمة 100 مليون دولار، لها علاقة وطيدة بالجيش والحكومة ومقاوي الدفاع؛ يرأس مجلس إدارتها السيد فنسنت الذي كان يقوم بإجراء دراسة الرأي العام لإدارة الرئيس الأمريكي الراحل "ريغان".

ووصل الإنفاق المالي على شركات العلاقات العامة إلى 38,6 مليون دولار موزعة على أربعة وستين عقدا، وفي السنة الأولى من تولي بوش الحكم، أدار الإتفاق على الإعلام والشركات العلاقات العامة إلى 64,7 مليون دولار موزعة على سبعة وستون عقدا، فشركات العلاقات العامة تسمح بنفوذ كبيرة في الأوساط الحكومية ووزارة الدفاع، حيث يقول الأستاذ "بيتر فيلبس" أن القبول الذي حصل لدى العراقيين المؤيدين لحرب العراق راجع إلى جهود شركات العلاقات العامة بسبب العلاقة التي تجمع بين هذه الشركات لمقاوي الدفاع والشركات الإعلامية الضخمة⁽¹⁾.

(*) أحمد الجليبي: رئيس حزب مؤتمر العراق، هو الذي ادعى بأن العراق تملك البرنامج النووي وسرب المعلومات إلى المخابرات الألمانية مما سهل الأمر لاحتلال العراق.

(1) بيتر فيلبس: مشروع مراقب، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق ص - ص (249-250).

علاقة الشركات الكبرى بالمؤسسات الإعلامية:

طبقا للبحث الذي قامت به جامعة "سونوما" حول علاقة الشركات العلاقة بالإعلام والصحافة في أمريكا، وتشمل البحث مديري عشر مؤسسات إعلامية، فكانت النتائج أن 114 عضوا فقط يمثلون مدير الشركات الإعلامية، ويتربعون على إدارة 288 مؤسسة محلية ودولية، وبالتالي، فإن الشركات الإعلامية هي رهن الشركات الصناعية الضخمة التي تمثل الهيمنة الأمريكية كشركة هاليرتون، ولوكهياترن ولوليج، وجرنال اليلتريك⁽¹⁾. والنخبة الإعلامية هي كذلك مكون من أحد مكونات طيف النخب السياسية، في أمريكا، فهؤلاء أصحاب الشركات الضخمة هم الذين يتحكمون في مضمون الأخبار ومحتواها وسيطرون على الأخبار، ويتعرض صانعو الأخبار ورجال التحرير في قاعات التحرير إلى نفس الضغط الذي يتعرض له أي مسؤول سياسي.

سوق الشركات الإعلامية الكبرى في عشرين عاما من الصفقات والإستحواذ.

في ال 09 من شهر جوان 1986 قامت شركة جنرال البكتريك ستيرا أر سي آيه كورپوريشن، وهي الشركة المالكة لشركة "أن بي سي" (ناشونال برودكا سينغ كومپاني) مبلغ قدرة 6,4 مليار دولار، وفي 07 من شهر نوفمبر عام 1989 اشترت شركة سوني اليابانية، اشترت كولمبيا للإنتاج السينمائي والتلفزيوني بمبلغ وصل إلى 3,4 مليار دولار.

في العاشر من ديسمبر 1990 أندجت شركة واريز للسينما والتلفزيون وشركة تايم للنشر في صفقة بلغ حجمها 14,1 مليار دولار، وبهذا تربعت شركة تايم وارنر على عرش الشركات العملاقة في العالم. أما في شهر جانفي 1991، اشترت الشركة اليابانية ماتسويتا شراء شركة إم سي آية الحصنة بالموسيقى وهي تملك يونيفرسال السينمائية ب 6,9 مليار دولار. وفي سبتمبر وثلاثين منه عام 1993، اشترت شركة نيويورك تايمز اشترت شركة افيلديا بليكا يشنزانك، وهي ملكية لصحيفة بوسطن غلوب بمبلغ قدره 1,1 مليار دولار، وتلتها الصفقات المتتالية حيث اشترت شركة فياكوم شركة يارامونت للسينما والتلفزيون والنشر والرياضة بسعر وصل إلى 10 عشرة مليارات دولار، في 24 من شهر نوفمبر عام 1995 اشترت شركة وستيتي للصناعة الكهربائية شركة سي بي إس (كولمبيا يرودكا سينغ سيستم) للتلفزيون والإذاعة ب 5,4 مليار دولار بولفرسال سيوديوز.

أما في 6 شهر فيفري و 1996 اشترت شركة والت ديزني شركة كابيتال سيتيز أه بي سي بمبلغ قدره 9 مليار دولار⁽²⁾. أما في الحادي عشر من أكتوبر عام 1996 إندجت شركة تايم وارنر ونيونر برود كاستينغ سمس وهي المالكة لشبكة (CNN) وبذلك تحققان قيمة قدرها 76 مليار دولار، كما قام قسم سي بي إس في شركة

(1) المرجع السابق، ص 244.

(2) هوارد كورتز: جريدة الشرق الأوسط 06 ماي 2007، العدد 10386 الطبعة الإلكترونية.

وتستغها هاوس بشراء شركة إينفينتي برودكاستينغ بـ 4,7 مليار دولار، وبالتالي يستحوذ هذا القسم على أكبر شركتين إذاعيتين في أمريكا.

وفي الفاتح من شهر ديسمبر عام 1997 غيرت شركة وستنهاوس إسمها إلى سي بي إس إنك بعدما قررت بيع عملياتها وأقسامها الخاصة بصناعة الطاقة والكهربائيات.

وفي سابع (7) من شهر سبتمبر 1997 أعلنت شركة فياكوم بأنها اشترت شركة سي بي بي اس بـ 81,5 مليار دولار في العاشر من جانفي 2000 عرفت السوق الإعلامية الأمريكية أكبر صفقة عبر التاريخ عندما أندجت شركة أمريكا أو لاين (أي أو ال) مع شركة تايمز وارنر قدرت قيمة هذا الإندماج بـ 135 مليار دولار ويصبح اسمها الجديد أي. أو. ال تايمز وارنر"

أما في شهر مارس عام 2000 اشترت شركة تريبيون وهي المالكة لصحيفة شيكاغو تريبيون، اشترت هذه الأخيرة تايمز ميورر المالكة لجريدة لوس أنجلس تايمز بسعر قدر بـ 6,5 مليار دولار، 2001 السابع عشر (17) من شهر ديسمبر شركة فيفندي يونيفرسال تشتري شركة يوس اس آيه تيوروكس في صفقة قيمتها 10,3 مليار دولار.

في 10 أبريل 2003 شركة نيوز كورب التابعة لمردوخ تشتري شركة هيوز اليكترونيكس التي تملك شركة ديركي بصفقة قدرت بـ 6,6 مليار دولار، وفي الثامن (8) أكتوبر 2003 وقعت مجموعة فيفندي يونيفرسال مع شركة جنرال إليكتريك الأمريكية صفقة تجمع قسم إن بي سي التلفزيوني في جنرال إليكتريك مع قسم يونيفرسال ستوديوز في فيفندي يونيفرسال، وبالتالي أسس عملاقا جديدا في الإعلام والاتصال بلغت قيمة الصفقة بـ 43 مليار دولار، ويسمى هذا العملاق الجديد بـ (إن بي سي يونيفرسال).

وفي 8 أبريل 2005 قرر كل من شركة تايم وارنر وكومكاست لتلفزيونا الكوابل قررتا شراء شركة أدلفيا كوميوستيكاشنز المفلسة بمبلغ قدره 17,6 مليار دولار.

وفي الحادي عشر من ديسمبر 2005 اشترت شركة يارامونت السينمائية أستوديو الإنتاج السينمائي المستقلة رانم ووركس اس كي جي بـ 1,6 مليار دولار وفي الرابع والعشرين جانفي 2006 شركة والت ديزني يعلن شراءها أغلبية أسهم أستوديو بيكسار للصور المتحركة مقابل 1,4 مليار دولار وفي 14 مارس 2006 اشترت شركة مكلا تشي 32 من الصحف التي تمتلكها شركة نايت ريدرن بصفقة قدرت بـ 4,5 مليار دولار، وفي 24 أبريل 200 اشترت شركة فياكوم شركة إكسفاير المتخصصة تقنيات ألعاب الأنترنت بمبلغ 102 مليار دولار.

وكالات الأنباء أو خدمات الخط.

كثيرا هي المقالات أو الأخبار الممضية بإسم «AP» وهي «Press» Association أو (UPI) وإختصار لكلمة «United press international»

هاتين المؤسسين هما وكالات الأنباء الأمريكية، تزودان كل هذا الكم الهائل من الميديا الأمريكية المكتوبة والسمعية البصرية على حد سواء؛ فكيف تعمل هاتان المؤسستان؟

يقوم مراسل الوكالة في المنطقة التي يقطن بها، بإرسال الخبر الذي حدث في ذلك الوقت بأقصى سرعة إلى رئيس مكتب الوكالة في المدينة التابع إليها المراسل أو المخبر. وعلى رئيس المكتب النظر في الخبر، فإذا رآه ذا قيمة يقوم بإرساله إلى رئيس مكتب الولاية (state) أو المكتب الجهوي للوكالة، ثم يقوم مسؤول مكتب الولاية بإرساله إلى المكتب الوطني للوكالة.

ومجهزة هاتين المؤسستين بأحدث الوسائل العصرية والرقمية، وكأنها تملك عيون وأذان، فأى حدث يحدث يكون على الخط، مهما كان نوعه أو قيمته،

مثلا «AP» تملك أكثر من 185 مكتبا في الولايات المتحدة الأمريكية، و70 مكتبا في العالم، وتحصل على مداخلها من إشتراكات المؤسسات الإعلامية، التي هي عضوة في المؤسسة «AP»، طبعا كل مؤسسة إعلامية تدفع طبعا (لأعداد النسخ والتوزيع، مثلا جريدة "نيويورك تايمز" تدفع أكثر من الجرائد التي تصدر في مدن صغيرة).

كذلك تملك وكالة United press international عدة مكاتب وطنية ومحلية.

حيث بلغ عدد المشتركين لسنة 1990 في «AP» 10,100 مشترك، عبر العالم، فيما فيهم 1,700 جريدة، وكذلك 5,500 محطة إذاعية وتلفزيونية و500 أنظمة الكابل.

وتزود الوكالات مشتربيها بجميع الأخبار المتنوعة، الرياضية، الأحوال الجوية، والسياسية والمالية.

ومع مطلع 1993 أنشأت «AP» مركز الأخبار الذي يزود المحطات الإذاعية، والتلفزيونية بالأخبار الطازجة.

كما واجهت زميلتها (UPI) مشاكل مالية، عندما قدمت شكوى إلى العدالة تعلن فيها عن إفلاسها سنة 1992 واشترتها «The Middle Eastern Broad Casting». وأعلنت نفسها بأنها منافسة لـ «AP» وركزت على الجانب المكتوب، أي ركزت على خدمات الصحافة المكتوبة، ثم إلى السمعى البصري، حيث خصصت 24 ساعة خدمات وتقارير إخبارية إلى المحطات الإذاعية التي قدرت 2000 محطة، كما وسعت نشاطها إلى المشتركين، أي إنشاء مؤسسات تقدم لها خدماتها. لكن كلا المؤسستين السالفيين الذكر لم تنجوا من المنافسة الشرسة، من المؤسسات الإعلامية الأخرى، التي تقدم خدمات إعلامية كـ New York times News services ولوس أنجلوس تايمز، والواشنطن بوست، وكذلك بعض الجرائد تملك خدماتها الخاصة في

تزويد نفسها بالأخبار كشركة : Cannett News services إلى الجرائد التابعة لها كجريدة يوأس أي توداي «USA To day».

وتعتبر وكالة الأنباء أسيويشن بريس هي أكبر وكالة في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقدم الأخبار لألف وتسعمائة صحيفة يومية وأسبوعية، وصحف المتواجدة في 121 بلدا⁽¹⁾ وتفتخر الأسيو يشن بريس بالخدمات الإخبارية المميزة ذات القدرة من الجودة والمصدقية والموضوعية مع التقارير الإخبارية التي تتسم بالدقة والتوازن، والإطلاع.

تملك الوكالة 242 مكتبا في أرجاء العالم، وتعمل الأخبار على مدار 24 ساعة في اليوم وسبعة أيام في الأسبوع حيث تقدم خدماتها بخمس لغات وهي الإنجليزية الألمانية، والهولندية، والفرنسية والإسبانية توظف على مستوى ادارتها 3700 موظفا.

توفر الوكالة المعلومات لـ 1700 صحيفة في الولايات المتحدة فقط وأسبوعية وجرائد أخرى ناطقة بغير الإنجليزية وصحف الجامعات و(05) خمسة آلاف محطة إذاعة وتلفزيون، كما تصل الوكالة إلى مليار شخص كل يوم وذلك عن طريق الصحافة بجميع أطيافها.

كما يشترك في الوكالة 8500 مشترك على المستوى الدولي، ودعمت الوكالة عائلاتها عندما باعت النص والصورة وكذا المواد المسموعة والمرئية للعمليات التجارية على شبكة الأنترنت، مما حصلت على مدخول إضافي وصل إلى 630 مليون دولار كان ذلك سنة 2004.

وتحتوي الوكالة على نوعين من الأعضاء فهم المنتظمون: وهذه العضوية متاحة فقط للصف المطبوعة والمنشورة داخل الولايات المتحدة الأمريكية، ولكل عضوين من هذه الأعضاء الحق في التصويت، في إنتخاب مجلس مديري الوكالة، أما العضوية عن طريق الإنتداب فهي متوفرة لدى الصحف اليومية وبعض الصحف الأسبوعية، ومحطات الإذاعة، ولكن هذه العضوية لا تؤهل صاحبها بالتصويت.

يدفع للوكالة الأعضاء إشتراكات مالية كمقابل الخدمة الإخبارية، وكلما قل حجم التوزيع كانت الخدمات أصغر، والقصص الإخبارية المتاحة للصحيفة أقل. فمثلا إذا كانت القصة على أحد الولايات الأمريكية، فإن فقط المؤسسات داخل الولاية يكون لهم الحق على الإطلاع أما إذا كانت القصة ذات الطابع قوي فتوزع على جميع البلاد.

إدارة الوكالة:

يتكون مجلس الوكالة من مديرين وكذا عشرين صحيفة ووسيلة إعلامية أخرى، من بين هؤلاء هم: رؤساء شبكة أي. بي سي و كوكس نيوز، وماكاتشس، وجانيت وسكريس، وتريون، هيرست، وصحيفة واشنطن بوست. بالإضافة ، سلسلة من الصحف الإقليمية الصغيرة، هناك إثنان من المديرين أعضاء في المجالس السياسية المحافظة، ومنها معهد هوقر، المائدة المستديرة للتجارة، ثلاثة ضمن مجلس مديري ميوتسوال إتشورانس،

(1) بيتر فليس: مشروع مراقبن، الرقابة والتقييم الإعلامي مرجع سبق ذكره، ص 280.

وواحد منهم في مجلس أكبر مقال دفاع في العالم وهو لوكهيد مارتين، كما يقيم مجلس الوكالة شبكة الناشرين في الولايات المتحدة الأمريكية، يميلون إلى المحافظين اليمينيين.

بناء على الدراسة التي أجرتها منظمة " لو علم الأمريكيون " وهي دراسة تدور حول نقل وكالة أسوشيشن برس " للأخبار الخاصة بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي، حيث شملت الدراسة عينة بحث خلال سنة 2004 وهو عمل تحليلي إحصائي للوفيات الإسرائيلية والفلسطينية على حد سواء.

وكذا العناوين الرئيسية التي تجعل من القارئ للوهلة الأولى الإرتباك وتوصلت الدراسة أن التغطية من طرف الوكالة تتوقف على الشخص المتوفي، وجنسية أو وأصله. وتوصلت الدراسة إلى إحصاء 141 تقريراً يذكر فيه حالات وفاة الإسرائيليين من فلسطين، جاءت في عناوين تجعله وفي مقدمة أخبار الوكالة، والواقع كان هناك 108 حالة وفاة في إسرائيل، وهذا راجع إلى نقل خبر الوفاة كم من مرة وفي نفس الوقت نقلت الوكالة بأن 543 حالة وفاة في فلسطين والواقع أن عدد الوفيات في الجانب الفلسطيني خاصة في هذه الفترة هي 821 حالة وفاة أي نسبة 131% بالنسبة الوفاة الإسرائيليين و66% فقط من الوفيات الفلسطينية وهي أرقام كما أوردتها الوكالة.

أما تغطيتها للأخبار وفيات الأطفال، فقد نقلت لتسعة تقارير من وفيات الأطفال من الجانب الإسرائيلي، تضمنتها العناوين وكذا المقدمات كان ذلك خلال عام 2004، أما الواقع هو ثمانية حالات، وفي الجانب الفلسطيني سبعة وعشرين طفلاً فلسطينياً، والواقع أن 179 طفل فلسطيني كانوا قد لقوا حتفهم، وأوردت الوكالة نسبة الوفيات في الجانب الإسرائيلي 113% و15% من وفيات أطفال فلسطين.

أما فيما يخص الكلمات المستعملة التي توصل إليها البحث لكلمة " الصدام " بين الفلسطينيين والإسرائيليين وجد أنه استعمل مصطلح الصدام سبعة وأربعون مرة وكل صدام كان يصاحبه وفاة في الطرف الفلسطيني مع العلم أن الوكالة كانت قد خصت 700 قصة إخبارية عن حالة الوفيات في فلسطين، ووصل البحث أنه فعلاً هناك تحيز كبير مخصص للتغطية الصراع الفلسطيني الإسرائيلي ولكن على قدر كبير من التحيز الصارح، هذا نجد كذلك في التغطية الوكالة للإطاحة برئيس هايتي " أرستيد "

يذكر الأستاذ "بيتر فليس" أن وكالة أسوشيشن برس قامت بتغطية الإطاحة بالرئيس الهايتي السابق المنفي إلى إفريقيا الوسطى إلى وتدعت الآن وحركت الوكالة في الـ 29 من شهر فيفري سنة 2004 أنه أطيح به وأن الولايات المتحدة الأمريكية هي التي وفرت له الحماية⁽¹⁾ والحراسة حتى يصل إلى منطقة آمنة.

وبعد ساعات قليلة تماطلت أخبار من أنحاء المعمورة وعلى رأسهم إذاعة باسفيكا تؤكد على أن الرئيس أرستيد قد أطيح به من طرف الولايات المتحدة الأمريكية، وأنها عملية انقلابية بحتة.

(1) بيتر فليس، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق ص 291.

هذه الأخبار وضعت الوكالة في حرج وأمريكا كذلك، مما سارعت إلى تحريف الأخبار من أول مارس 2004 في التقرير الذي أعده الصحفي " ب رايمان" مستندا على مسؤول من البيت الأبيض مفاده أن الرئيس أرسيتد غادر هايتي طواعية وأن الولايات المتحدة الأمريكية وفرت الحماية وساعدته على المغادرة المؤمنة، والحقيقة أن "أرسيتد" إتصلت به الوكالة (CIA) وقال صارخا أنه أجبر على المغادرة.

وصرح قائلاً: لقد قالوا لي إن لم تغادر نبدأ في القتل وإطلاق النار عاجلاً" لكن الأمر لم يفهم من تقطع في كلامه إن كان يقصد المتمردين الهايتيين أم هم من العملاء الأمريكيين.

فألح عليه الصحفي المستوجب من هم العملاء قال أرسيتد إنهم رجال بيض إنهم الجيش الأمريكي الذين جاء بكثرة ولم أحصى عددهم .."

يقول: رتسون راندال: " رئيس ترانس أفريقيا"^(*) وهو يقيم حالياً في جزر الكاريبي بأنه جاءوا حوالي عشرين عسكرياً بكامل العدة والعتاد إلى مقر الرئيس أرسيتد" وأخذوه إلى المطار بالقوة. تحت تهديد السلاح، وكان يصرخ ويصرخ أنه انقلاب، لقد كان إنقلاباً.

وفي شهر ماي 2004 كان بجوزة الوكالة مقالا مفاده أن الرئيس قد خلع وأنه خطف من طرف الولايات المتحدة الأمريكية، تزامن هذا المقال مع ستون قصة إخبارية تحتوي على الرئيس أرسيتد، لكن أغلب هذه المقالات، لم تتعرض إلى ما قال الرئيس المخلوع، وكذلك لم تذكر أية كلمة تدل على مساندة أمريكا للإنقلاب. كما لم تذكر الوكالة ما يربو من 2000 قطعة سلاح من طراز M-16 التي أرسلتها أمريكا إلى متمردي هايتي أثناء عهد الرئيس أرسيتد كما تجاهلت الوكالة نسبة الإنتخابات التي فاز بها أرسيتد وهي نسبة عالية 92% سنة 2000 وزكمتها منظمة الدول الأمريكية بأنها إنتخابات نزيهة وشفافية.

وظلت الوكالة تمارس تحيزها في تكرير القصة الخاصة بأن ستييد خطف من طرف قوات المتمردين وهي وراء الإختطاف ويؤكد الأستاذ بيتر فليس بأن الوكالة تخدم لأصحاب النفوذ، في تجاهلها لنشر التقارير التي ظل يبعث بها إتحاد الحريات الديمقراطية الأمريكي حول حالات التعذيب التي تعرض لها كلا الشعبين الأفغاني - والعراقي وأدت أغلب الحالات إلى الموت من الإستنطاق.

ليس المشكل فقط في تحيز الوكالة فقط، لأن إذا كان الأمر على مستواها لا يهم ولكن أنها أكبر قناة للإتصال بتحيز وتحرف ويستوعب الشعب الأمريكي ذلك التحيز. ويثني على أداؤها ويصدر قرارات سياسية وختمة العواقب، دون معرفة الآخر حتى صار المجتمع الأمريكي يجهل حتى إسم نائب الرئيس الأمريكي، أولاً يستطيع حتى تعين دولة المكسيك على الخريطة إلى غاية مجيء الحادي عشر من سبتمبر 2001 أين تفتن المجتمع الأمريكي على أنه هناك عالم آخر تفوق دولة 153 دولة كلها تساهم في بناء الإقتصاد الأمريكي.

(*) ترانس إفريقيا : هي منظمة تتمركز في واشنطن دي سي تعمل على مراقبة سياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه إفريقيا وجزر الكاريبيي تساند الرئيس الهايتي السابق أرسيتد.

علاقة الصحافة بالسلطة في أمريكا

كتب مدير نشر نيويورك تايمز أرولق أوكس سنة 1896 المعايير المثالية في الصحافة الأمريكية قائلا " إن الصحافة تقدم الأخبار كل الأخبار دون إنحياز، وبلا خوف أو حياء بغض النظر عمن يكون له بالأمر من حزب أو طائفة أو مصلحة⁽¹⁾ .

لنرى بعد مضي قرن وربع القرن على هذه المقولة، كيف هي علاقة الإعلام الأمريكي بالسلطة الآن في بداية القرن الواحد والعشرين.؟

عندما دقت الصحافة ناقوس خطر السلطة الذي بدأ يضغط على الدوائر الإعلامية، منذ عام 2005 عندما أكتشف الأمر بأن إدارة الرئيس بوش الأصغر^(*) قد دفعت أموالا لا تخصي للصحفي أرمسترونغ وويليام مقابل القيام بدور الدعاية لبرنامج بوش الخاص بتعليم الأطفال تحت شعار التعليم لكل طفل؛ وكان هذان الصحفيان يشتغلان في جريدة يواس أي تو داي Usa Today ونشر أول مقال من جراء هذه الصفقة في شهر جانفي عام 2005 وفي ولاية فلوريدا، صدر مقال في جريدة "ساراسوتا" هيرالد تريين في العدد الصادر بتاريخ 26 من شهر مارس عام 2005، يتناول فيه صاحب قضية حاكم فلوريدا آنذاك جيب لو بوش^(**) أنه دفع (100) مائة ألف دولار للصحفي قاسلنيدا ، وهو منتج برامج خاصة ويعمل لمحنة " تالاهاسي " ⁽²⁾ مقابل قيام هذا الصحفي بالترويج لسياسة حاكم فلوريدا مع العلم أن هذه المبالغ دفعت من حق دافعي الضرائب. أما جريدة واشنطن بوست نشرت مقالا مفاده تنامي ظاهرة بناء السجون السرية على نطاق واسع في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحادي عشر من ديسمبر 2001؛ لكن الخبر تعرض إلى الضغط من الحكومة المركزية بحجة أن الخبر يضر بالولايات المتحدة ويزيد عن العداة الداخلي والخارجي، كما يلد كرها شديدا على أمريكا قد يؤدي إلى شن ضربات ضد أمريكا بالرغم أن الخبر نشر بعد ذلك بالتفصيل في جريدة فانسال تايمز؛ إلا أن واشنطن بوست، احتفظت بالخبر إلى غاية الساعة⁽³⁾.

ميلاد النخبة وعلاقتها بالهيمنة الكونية.

تسيطر على القيادة الأمريكية ما يعرف بالمحافظين الجدد الذين يؤمنون أشد الإيمان بالهيمنة العسكرية للولايات المتحدة الأمريكية، ويوقوون نفوذهم بإرتباطهم الوثيق بالشركات الإعلامية الضخمة؛ وتحافظ هذه النخبة على نفسها وضمنا بقائها من خلال المؤسسات التي وضعتها لنفسها والمتمثلة أساسا في إتحاد الصناعات القومي، والغرفة التجارية القومية ومجلس أعمال التجارة، ومعهد مشروع أمريكا، مجلس العلاقات الخارجية .

(1) أنظر مؤسسة فيير www.fair.com

(*) الرئيس الأمريكي جورج وولكر بوش من الحزب الجمهوري (2000-2008)

(**) جيب لو بوش هو الأخ الأصغر للرئيس الأمريكي السابق الذكر، كان حاكما لولاية فلوريدا (2000-2009).

(2) بيتر فليس مشروع مراقب، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص 228.

(3) بيتر فليس مشروع مراقب، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص - ص (232-233).

ويؤرخ " رايت ميلز" في الكتاب الذي أصدره سنة 1956 المعنون سلطة النخبة The Power of elite يتحدث فيه عن دور الحرب العالمية، الثانية التي عززت شوكة السلطة في أمريكا من علاقة ثلاثية التي تجمع فيها نخب الشركات الضخمة والجيش والحكومة، الذي يشكل السلطة التي تعمل في نسق متصل قائم على الإتصال الفعال.

ويقوم الأستاذان ليو شراوس وألدبرت هولستر في جامعة شيكاغو بالنظر للهيمنة الكونية وأيديولوجياتها. وكانت إحدى المجالات الكندية المختصة قد عرفت النزعة الجديدة المسماة المحافظين الجدد وهي مجلة تسمى مجلة المراجعة الثقافية "Adbusters" بأن النزعة هذه هي نزعة أكثر من دافع الديمقراطية مهما كانت أخطاؤها هو الجمهور الجاهل المتشبع بالنزعة القومية والدين، فالدولة القومية على نحو متشدد هي وحدها التي تمكنها ردع العدوان البشري ويتطلب هذه النزعة القومية وجود خطر خارجي؛ وإذا لم يكن هذا الخطر موجودا، وجب صنعه⁽¹⁾.

وقد ظهرت هذه النزعة كرد فعل على الثورات الإجتماعية في الستينات، وتعززت في عهد إدارة ريغان وعهد الرئيس بوش الأكبر مباشرة بعد الحرب الباردة وإنهيار المعسكر الشرقي؛ تقوى نفوذها أكثر أثناء فترة رئاسة بوش الأكبر لجهاز الإستخبارات (CIA) حيث أنشأ فريق (B) الذي أسندت قيادته إلى و"الفربول" أحد مهندسي الحرب على العراق ورئيس البنك العالمي المقال، وكذا لويس لي وغيرهم، وعند وصول بوش الأكبر إلى سدة الحكم سنة 1988 كان نائب الرئيس الحالي ديك تشني وزيرا للدفاع أين تعززت شوكة المحافظين الجدد.

وفي سنة 1992 قام فريق (B) بإعداد تقريرا كاملا ومتصلا حول فرض الهيمنة الكونية الأمريكية تحت نظام جديد، مهمة هذا النظام الجديد هي منع أي منافس لأمريكا بالإضافة إلى ردع الأصدقاء والأعداد على حد سواء وتنطلق فكرتهم من أن المجتمع الأمريكي أصيب بالضعف العنيف، حسب تعبير الأستاذ العلوم السياسية بركلي.

والضعف العنيف يقصد كثرة الرفاهية والتوجه نحو الجنس المزدوج، وتنامي المركزية الإفريقية²، وأن الأمة التي تصاب بهذا المرض مآلها الزوال.

(1) بيتر فليس مشروع مراقب، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص 134.

وعلى هذا الأساس يجب على النخبة أن تقود هذا المجتمع الجاهل إلى بر الأمان إعتدوا المحافظين الجدد على مراكز الأبحاث، كمهد هوقر، ومؤسسة هيرتج، ومعهد المشروع الأمريكي وغيرها من المؤسسات اليهودية كمؤسسة أيك (*).

ومن أهم المبادئ التي قام عليها المشروع الأمريكي المؤسس فعليا سنة 1998 هي زيادة الإنفاق العسكري، وتقوية العلاقات مع الحلفاء التحدي الواضح الذي يعادي المصالح والقيم الأمريكية والإعتماد على الترويج للديمقراطية.

أمضى على شهادة الميلاد هذا المشروع نخبة من السياسيين العسكريين حتى العلماء مثل فرنسيس فوكوياما (**)، وجيب بوش ولويس لبي (***) خليل زلماي زاد (****): يول ولفز (*****). ويرتبط برنامج المشروع الأمريكي الجديد بالمقاولين العسكريين، الذين زادوا غنا من جراء العقود التي أبرموها، مع أهم لشركات، كشركة " بلاك وتر" الأمنية في العراق، وشركة لو كهيد مارتن للسلاح.

محنة الصحافة الحرة بعد 11 سبتمبر.

إن استقالة مدير شبكة CNN (سي أن أن) في عام 2003، من جراء الإنتقادات الحادة التي وجهتها الشبكة للسياسة الأمريكية في العراق، وإنتقد إستهداف الولايات المتحدة للصحفيين في العراق، كشفت هذه الإستقالة القناع عن الطرح الجديد ومصير الإعلام الحر بعد الحادي عشر من سبتمبر 2001 وبدأت أسئلة جوهرية تطرح نفسها من جراء تنامي النزعة اليمينية في الولايات المتحدة الأمريكية، وسقوط الكثير من الشكليات الدبلوماسية التي كان الإعلام الأمريكي يتبناها في أداء رسالته؛ تعمم ذلك من خلال الحملة الإعلامية التي يشنها الإعلام الأمريكي ضد الإسلام وضد أوروبا وفرنسا خصوصا. تبين أن الصحافة الأمريكية قد انحرفت عن الأخلاق، أن لم تقول قد تحررت من الأخلاق، وبدأت تخوض الحرب التي تقودها الآلة العسكرية والجماعة المهيمنة الكونية.

فهي تعيق المعارض حتى لو كان أمريكي الهوية والمولد، وتهاجم من تراه عدو دون تفكير في النتائج والعواقب.

(*) أكبر اللوبيات الإسرائيلية في أمريكا، ما من رئيس جديد في أمريكا، إلا طلب الرضا منها.

(**) فرنسيس فوكوياما، من أصل ياباني أستاذ علم الاجتماع بجامعة ميرلاد الأمريكية أيد الحرب على العراق ثم تراجع عن أفكاره من أهم كتبه نهاية التاريخ.

(***) لويس لبي: رئيس ديوان نائب الرئيس الأمريكي السابق ديك تشني، أدين بمغالطة المحكمة ونفذ اليمين من جراء فضائح الفساد وتسريب معلومات حول عملية الصحفية.

(****) خليل زلماط زاد: من أصل أفغاني حاصل على شهادة دكتوراه علوم سياسية حول تسليح إيران من جامعة كاليفورنيا كان سفيرا لدى أفغانستان ثم العراق لأن مندوب أمريكا لهيئة الأمم المتحدة يتكلم العربية، والأردو والباشو.

(*****) يول ولفز: مهندس الحرب على العراق، خريج جامعة "يال" الأمريكي، اشتغل نائب وزير الدفاع الأمريكي رامسفيلد (200-2006) ورئيس البنك العالمي، أقبل تحت فضائح مالية .

إن اختفاء الأخلاق والمعايير التي ظلت تحكم الإعلام الأمريكي وصعود⁽¹⁾ النزعة الوطنية المبالغ فيها، وهي نزعة شوفونية لم لها تحرير اليمين الأمريكي من كل قيد، مما دفع بأحد المعلقات الأمريكيات بالقول دون إستحياء تسمي "كولتر" عندما كانت تعلق على هجمات 11 سبتمبر بالقول متحدثة عن المسلمين "ينبغي" أن نجتاح أوطانهم ونقتل قادتهم ونفرض عليهم إعتناق المسيحية" فهذه التعرية التي أحدثها أيلول الأسود كانت عبارة عن رواسب في قاع بئر المجتمع الأمريكي الذي قهره القانون، ولكن ما إن وجد فرصة مع اليمين الجديد والنزعة المحافظين الجدد حتى صار كل واحد بدلوه في عالم ساد فيه البقاء للأقوى.

حدث كذلك نفس السيناريو في نيويورك سنة 2002، مع قصة روعت أهل نيويورك بطلها رجل باكستاني عندما وجد في إحدى الحدائق العمومية بمدينة نيويورك، كلبا ينقض على طفل فسارع الرجل وأمسك بالكلب حتى أرفده ميتا حنقا، وأنقذ الطفل المسكين، سارعت الشرطة والحماية المدنية وجاءت سيارات تحمل هوائيات النقل للمحطات الإذاعية والتلفزيونية، وكذا صحف المدينة، ثم إقترب صحفي من جريدة نيويورك تايمز من البطل بعدما إستكمل استجوابه من طرف الشرطة، قائلا له: " سأكتب غدا مقالا عريضا على الصفحة الأولى، عنوانه بطلا نيويوركيا" ينقض طفلا من الهلاك، قال له الرجل الباكستاني، لا أنا لست من نيويورك، قال: الصحفي سأكتب بطلا أمريكيا ينقذ طفلا من هجمة كلب مسعور، أجابه البطل لا أنا لست أمريكيا أنا من دولة باكستان جئت في زيارة إلى هنا، ظهر المقال في اليوم الثاني على النحو التالي: مسلم متطرف ينقض على كلب فيرديه ميتا في إحدى الحدائق العمومية بمدينة نيويورك"⁽²⁾.

على أية حال هذه إحدى العينات من الإعلام الحر بعد زلزال الحادي عشر سبتمبر 2001، وقد تطرق العلمان الأمريكيان في كتابهما المشترك كل من نغوم شمسكي وصديقة وإدوارد هيرمان في كتابها المشهور صناعة الإجماع المؤلف سنة 1986 بأن الإعلام الأمريكي تحكمه خمسة كوابح تتمثل في ما يلي:

الملكية: تملك وسائل الإعلام الأمريكية ثلثه من الشركات العملاقة، تسهر على غسيل الأبخاخ وتنويم البشر، وتتحدى القانون الذي حوله الدستور الأمريكي بحرية الاعلام والكلام والتجمعات والدين في التعديل الأول، فهذه الشركات لا تسمح للقانون بأن يسود.

الدعاية التجارية: عصب الإعلام الأمريكي هو الإعلان والإشهار، وذلك رؤساء التحرير هم رهينة مالكي المؤسسات الإعلامية، وهؤلاء هم عباد وشركات المال .

المصادر الرسمية للأخبار: يعتبر مصدر الأخبار الأول هو البيت الأبيض والكونغرس والنخبة السياسية على العموم فتحدث مجاملة ومغازلة من طرف الصحفيين، حتى يمنحوا بسهولة الوصول والسبق الصحفي.

(1) محمد بن المختار الشنقيطي، كاتب مورتاني الجزيرة .نت. بتاريخ 2005/02/11 www.aljazeera.net

(2) الدكتور صايح ياسين: الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى 2002، ص 50.

الخوف من النقد: تتحاشي الصحافة الأمريكية عملية النقد من طرف السلطة ومن الخوف تحيز الصحافة على تقيد نفسها.

الايديولوجيا: كان المؤلفان يقصدان بالايديولوجية سنة 1986 الشيوعية في زي الحرب الباردة، واليوم إسقاط الايديولوجيا تعادله معاداة الإسلام، وإتباعه، وأي إنسان حولت له نفسه يعارض الهيمنة الكونية. وبناء على هذا لا يستغرب القارئ أن المتبع للشأن الإعلامي الأمريكي، بأن يرى أمريكا تستحوذ على إعلام غزير وشعب يجهل حتى معرفه نائب الرئيس الحالي، أو عاصمة ولاية دكوتا الشمالية. كما يبدو الإعلام الأمريكي للوهلة الأولى أنه إعلام حر ونزيه، لكن على الشخص العلمي يناقش بجد القضايا المصيرية، فمثلا خلال الحوارات الساخنة، كحصّة Crossfire (*) وغيرها يبدو وكأنها حوارا مفتوحا، ولكن في الواقع يدور ضمن دائرة المسموح به، وتنطلق من نفس المنطلقات والمسلمات الصريحة والضمنية فهو ليس نقاشا حول الباطل أو الخطأ أو الصواب، بل هو نقاش حول المنفعة والمضرة، كما ترسمها النخبة السياسية والمالية الأمريكية.

ومن المسائل المنطقية على ذلك المسألة العراقية، فوسائل الإعلام الأمريكية الحالية، لم تناقش مدى شرعية الحرب، من حيث الأسباب والدوافع وخرق القانون الدولي، بل النقاش يدور حول إرتفاع عدد الجيش الأمريكي في المنطقة، ومحاولة رد اللوم على المقاومة العراقية.

ويتعرض كذلك أهل الضمائر الحية من الصحفيين الأمريكيين إلى التهميش في حالة ما إذا خرجوا عن طوع البيت أمثال الصحفي البار الذي إحترق جدار الصمت وفضح قضية سجن أبو غريب الصحفي سيمور هيرش وهو صحفي بجريدة نيويورك وانتقل مرض الإعلام الأمريكي المهيمن إلى محطة الجزيرة التي تعرضت إلى قصف مكتبها بكابول (أفغانستان) والعراق وقتل صحفيها وسجنهم؛ لأن الجيش الأمريكي أصبح يستبدل مفهوم التفوق في المعلومات بمفهوم السيطرة على المعلومات وهو مفهوم يتبناه الجيش الأمريكي كأحد الاستراتيجيات العسكرية، ظهر ذلك في كتاب صادر عن الجيش الأمريكي في عام 2003 يؤكد على أن المعلومات عنصر من عناصر القتال.

هذا ما يؤكد " ديفد ميلر" في معهد ستر لينغ للدراسات الإعلامية في اسكتلندا بأن قناة الجزيرة حالت دون تطبيق مبدأ السيطرة على المعلومات⁽¹⁾.

(*) Crossfire: برنامج يقدم على شبكة CNN الآن متوقف.

(1) الجزيرة. نت محمد بن المختار بتاريخ 2005/02/01، سبق ذكره www.eldjazeera.net

سمات الاعلام الأمريكي عند اللحظة.

يعاني الإعلام الراهن من أكبر كابح وهو عبادة إسرائيل كما تقول الأمريكية " غرين هاسل " ولأن مفهوم العبادة نتج عن الخوف والرجاء و الخشية.

فعندما ترى أن أغلبية الشركات الضخمة الإعلامية هي مملوكة من طرف رجال أعمال يهود تفهم أن السكوت عن النقد. تكمن حاجة الإعلام الأمريكي إلى البحث عن الإعلان والإشهار، مقابل أثمان باهظة هذا يعني أن الصحافة الأمريكية، ستكون أكبر مجامل لرجال الأعمال الذين يملكون الشركات الصناعية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية كما أن مصدر الأخبار كما ذكر تشومسكي هو البيت الأبيض والكونغرس، وهذا الهيئات الرسميان، يدعمان صراحة إسرائيل إنما وجدت.

وسن قوانين معاداة السامية، تجعل من الصحفيين التفكير فيما يكتبون، لأن زلة قلم تقضي على مستقبله المهني. فعبارة إسرائيل هي أكبر الإيديولوجيات السائدة في أمريكا وهي تتكون من المسيحية البروستانتية⁽¹⁾.

ربما الأسباب السالفة الذكر جعلت الصحافة الأمريكية تتحول إلى صحافة الوجبات السريعة كما يعرفها مشروع مراقب " Censered Project " بأنها هي الصحف التي تقدم الجانب الخارجي عن الموضوع ويتكون طبق الوجبات السريعة من التواتة ذات الصبغة المثيرة والشخصية والتجانس، وليست المشكلة في الوقت أو مساحة الأخبار، بل هي نوعية الأخبار المنتقات لشغل ذلك الوقت وتلك المساحة، لأننا نعاني من تضخم الأخبار التي تبدوا كأنها أكثر أهمية من السابق، والواقع هي أقل شيئاً من الماضي⁽²⁾؛ لأن رسالة الصحافة هي تغذية المجتمع وتنويره وتحذرننا من العلل التي تصيب مجتمعنا منها السياسية والاقتصادية؛ فبعض الأخبار تظهر للوهلة الأولى أخبار جادة وليست من الوجبات السريعة ثم ، تتحول إلى ذلك بعد التكرار والإثارة التي تأخذ مكان الأخبار الحقيقية، حيث تكرر العناوين الرئيسية، وتتبعها مواقع الأنترنت، مما تشوه القصة الإخبارية ويبالغ في أهميتها ومن الأمثلة على هذا المنوال قصة مرض أنفلونزا الطيور قامت الصحافة الأمريكية بتغطية مركزة وتكرار فاق الملل في تحذير شديد من هذا المرض الذي سيؤدي إلى كارثة عظمى على الرغم أن هذا الوباء كان قد أصاب الولايات المتحدة الأمريكية عام 1918 وأدى إلى وفاة 5000 شخص، على غرار أفلونزا الطيور سنة 2000 الذي أدى إلى هلاك 130 شخص في العالم كله.

ومع مطلع عام 2005 نشر خبر تناولته الصحافة الأمريكية، بالتحليل والآراء المختلفة لإعطائه المصدقية بأن شركات الأدوية قد توصلت إلى إيجاد مضاد لهذا المرض، مع العلم أن صاحب هذه الشركة هو رامسفيلد وزير الدفاع الأمريكي السابق، إسم هذه الشركة هو " تام ميغلو جليلد ساينس " وتحول هذا الدواء إلى أشهر أدوية القرن، حيث ساهم في إرتفاع سعر أسهم الشركة المذكورة من 08 دولارات إلى سعر 50 دولار⁽³⁾

(1) الجزيرة نت: 2005/02/01. مرجع سبق ذكره www.aljazeera.net

(2) WWW.Censered.com

(3) بيتر فليس مشروع مراقب، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص 150.

مستقبل الإعلام الأمريكي.

عين الرئيس بوش الأصغر السيد كيفن مارتن في مارس عام 2005 رئيسا الهيئة الفيدرالية للإتصالات ، ما يعرف على هذا الشخص هو ولائه الشديد للإدارة بوش، و جماعة الهيمنة الكونية.

ينادي مارتن بتغيير قانون إتصال الصادر في سنة 1996، حتى تسمح للشركات الصحفية المستثمرة في الصحافة المكتوبة شراء محطات تلفزيونية وإذاعية، ويدعمه في هذا النائب الجمهوري عن ولاية تكساس " جوريا تون" الذي يرأس لجنة التجارة على النواب وهو ماؤدي الغاء القيود عن التجارة ينطلق كل من مارتن رئيس (FCC) (أف. سي. سي) والنائب الجمهور ينطلق من فكرة واحدة وهي أن الجرائد فقدت المقروئة بسبب ثورة الأنترنت على هذا قلت عائدات الجرائد ومنه يسمح الملكية المتقاطعة ويعني هذا الحق للمؤسسات الإعلامية المكتوبة شراء والإستثمار في القطاع. بالرغم أن هذه الشركات الإعلامية في ميدان الإعلام المكتوب تستحوذ على محطات وإذاعات هامة ومعتبرة من الكم والكيف. فمثلا: تملك شركة جانيت 20 محطة تلفزيون وتملك جريدة نيويورك تايمز، تسع محطات تلفزيونية وخمسة وثلاثون موقعا على الأنترنت.

كما تملك الواشنطن بوست ستة محطات تلفزيونية، أما بالنسبة لشركة تريون فهي تملك ثمانية وعشرين محطة تلفزيون و05 مواقع على الأنترنت ويحاول رئيس (FCC) مارتن تمكين شركات الاتصالات من الظفر بصفقة تزويد البيت التلفزيوني، حيث اتفقت كل من شركتي فيرزون و(تي أند تي) ما يريو من 60 مليون دولار للضغط على الحكومة لقبول حق الإمتياز، ولقي هذا الإقتراح قبول إيجابا في كل من ولايتي تكساس، وفرجينيا، وأنديانا والعملية سارية المفعول الآن⁽¹⁾.

وفي التقرير الذي أصدره مشروع الإمتياز في الصحافة In Project Journalism For excellence التابع لمركز بيو للأبحاث، يبرز هذا التقرير إتجاهات الصحافة الأمريكية خلال عام كامل قياسا على بعض المؤشرات وبين حالة الإعلام الإخباري State The News Media ينقل لتقرير تحليل معمق لـ 70 قصة إخبارية News Story من 84 مصدرا إعلاميا يتسع كل مصدر خمس قطاعات إعلامية.

وتظهر نتائج التقرير بما جاءت وسائل الإعلام الأمريكية المختلفة ما بين فيها صحف وإذاعة وتلفزيون وأنترنت على نقله للمواطنين طوال عام 2007 وأليات كل وسيلة وفق أجندتها.

وما يلاحظ على التقرير هو الإهتمام الإعلام الأمريكي على إختلاف مشاربه بقضيتين أساسيتين، وهذين القضيتين هما: تطورات الحرب الدامية في العراق، وما يصاحبها من مناقشات وجدل سياسي بين الجمهوريين والديمقراطيين حول ضرورة تغيير الإستراتيجية الأمريكية؛ والقضية الثانية هي الإنتخابات الأمريكية، هاتين القضيتين إحتلتا ثلث التغطية الإخبارية.

(1) بيتر فليس مشروع مراقب، الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص 176.

مع نجاح الرئيس بوش في رفع زيادة عدد القوات في العراق، تقلص إهتمام الصحافة بالشأن العراقي نوعاً ما⁽¹⁾.

وما عدا القضية الثانية والتي هي الحملة الإنتخابية والصراع بين باراك أوباما وهيلاري كلينتون على الظفر بمرشح الإجماع عن الحزب الديمقراطي.

ووصف التقرير الصحافة التقليدية والمتملة في شبكة التلفزيون والصحف تحظى بأجندتها الإخبارية أكثر بكثير من الإعلام الحديث: كبرامج Talk Radio التي ستضيف ضيوف مختلفين وتسمح بتدخلات المستمعين بالإضافة إلى المحطات المدفوعة الإشتراك التي تقدم رؤية مختلفة للأوضاع دون الحياد كمحطة Link Tv ليح (ت.ف).

ونبه التقرير إلى عامل مهم وهو أن الصحافة الأمريكية لعام 2007 لم تغط الأحداث وإنما غطت المصالح الأمريكية، وطالما ليس هناك مصلحة لا توجد تغطية ما عدا تغطية باكستان وإيران.

ومر الإعلام الأمريكي مرور الكرام على تغطية أفغانستان وروسيا، وكوريا الشمالية، والصين ولبنان، والصراع الفلسطيني - الإسرائيلي، وقليلاً من الإهتمام على التوتر الذي ساد العلاقات الأمريكية الروسية حول بناء الدرع الصاروخي في أوروبا الشرقية وأكرانيا.

ونوه التقرير إلى شيء مهم في غاية الأهمية ألا وهو تجاهل الإعلام الأمريكي لحاجيات الشعب الأمريكي، وفي استطلاع لعينة من المواطنين، فإن سخطهم كثير تجاه الوسائل الإعلامية القديمة التي لم تغط القضايا الإنسانية والمحلية، كارتفاع الوقود، وسحب كتب الأطفال السامة، بالرغم أنها قضايا لا تكلف من حيث النفقات. ويصف التقرير الإعلام الأمريكي، بأنه فعلاً غزير ومتنوع ومصادر مختلفة إلا كانت هناك صورة متشابهة ومنسوخة لجمع الوسائل مما يثير نوعاً من الكره والملل وعدم التصديق.

أما قطاع الانترنت والصحافة على الخط ركزت في اهتماماتها السياسية على السياسية الخارجية والأحداث العالمية، حيث قدرت بـ 50% من طرف التغطية الإخبارية، وأهم هذه المواقع google وياهو "وسي إن إن" وأية أو ال وأم أس إن بي سي ويضيف التقرير السالف الذكر على أن موقع ياهو كان أكثر تركيزاً على أحداث حرب العراق، فيما إهتم قوقل بأخبار الإنتخابات الرئاسية.

بالإضافة إلى إستجواب 585 صحفي من محررين ومراسلين، حيث أبدت العينة تشاؤماً من مستقبل مهمة الصحافة، وطغيان المال على الصحافة الذي عكر المصداقية؛ ويراهن كثير من هؤلاء على مستقبل الانترنت في نقل الأخبار الخفيفة كالمدونات مثلاً، فيما بدت فئة من هؤلاء الصحفيين قلقاً من إنخفاض مقروئية الصحف من زحمة الانترنت⁽²⁾. التي عرفت في بعض المواقع إزدهارا كبيراً، لأن عائدات الإشهار عبر الانترنت قليلة؛ كما

(1) عن تقرير واشنطن الصادر يوم 2008/06/14 زمتوفر على شبكة الانترنت: www.TAQRIRWashingyon.org للتذكير إن تقرير واشنطن

هو موقع إعلامي مستقل يهتم بالقضايا الإعلامية والسياسية، يصدره جماعة إعلامية تتخذ من واشنطن مقعاً لها.

(2) عن تقرير واشنطن الصادر يوم 2008/06/14 مرجع سبق ذكره.

استدعى الأمر إلى حدوث تحالفات وإندماج بين المواقع على الأنترنت والمؤسسات التلفزيونية، حيث إنتشرت شبكة (أم بي سي إن بي سي) (MSNBC) لموقع نيوز فاين News Fine ، وتحالفت شبكة أيه بي سي (ABC) مع موقع فايس بوك (Face Book) كما تحالفت google مع يوتوب Youtube وإشترت نيوز كوربوريشن News Corp موقع ماي سياس Mypace pace ويضيف التقرير زيادة عدد المدونات التي بلغت 1500 سنة 2007 ويطلق عليها (Citizen Journaliste) صحافة المواطن، ويضيف التقرير أهم المواقع الأكبر على الأنترنت وهي: AOL News و CNN.COM و Google News، Yohoo MS NBS. Com حيث تختلف هذه المواقع من حيث المضمون فبعض المضمون ومنها من يأخذ من جهات أخرى يتبع المحتوى والمضمون، وما يميز هذه المواقع هو الإهتمام بالقضايا الدولية، التي تبرز على الصفحات الرئيسية لها، يأتي في المقدمة موقع Yahoo الذي ركز على حرب العراق، أما قوقل فقد إهتم، بالانتخابات الرئاسية الأمريكية، أما موقع أمريكا أون لاين، فقد اختلقت في المواقع المحلية والدولية⁽¹⁾.

وخصص موقع CNN على الأنترنت 25% من تغطية الأخبار الدولية، بينما لم تتجاوز 6% على CNN على الهواء، أما قناة MS NBC، نسبة تغطيتها للأحداث الدولية، وصلت إلى 2% على الهواء أما على شبكة الأنترنت وصلت إلى 17% حيث احتلت قضية العراق 11% من أخبار الأنترنت وتلتها أخبار الحملة الانتخابية نسبة 7% تم الجدل السياسي في واشنطن حول الحرب بـ 6% أما إيران وباكستان فكانت نسبة 3% للإقتصاد والإرهاب الداخلي والنواب، والصراع الفلسطيني الإسرائيلي بـ 2% وعند تقسيم الموضوعات التي حظيت بتغطية المواقع الإلكترونية، فجاءت النتائج كالتالي:

25% للأحداث الدولية التي ليس لأمريكا فيها علاقة.

22% للأحداث التي شاركت فيها الولايات المتحدة الأمريكية.

06% للشؤون الحكومية

08% للإنتخابات والسياسة

07% للجرائم

05% للإقتصاد والتجارة

01% البيئة

02% للطب والصحة

01% للعلوم والتكنولوجيا

01% للهجرة

07% للشؤون الداخلية الأخرى

(1) عن تقرير واشنطن بنفس التاريخ الذي سبق ذكره.

06% للحوادث والكوارث

01% الأخبار التسلية والترفيه والمشاهير

04% أسلوب المعيشة والرياضية

وفيما يخص الإعلام التلفزيوني، فقد قام مشروع الإمتياز بدراسة الأخبار على القنوات الثلاث والمثلة في سي إس وإيه بي سي و إن بي سي، مع التركيز على البرامج الليلة للأخبار وكذا النصف ساعة المخصصة للأخبار الجادة في البرامج الصباحية خلال الإجازات الأسبوعية، معدل يصل 46 ساعة تلفزيونية خلال عام 2007. وأظهرت النتائج على أن هناك حيز صغير للأخبار الجادة في الفترة الصباحية، أما في الليل فتركز على الأخبار الجادة على عكس قنوات الكابل التي تقدم كثيرا من المواد المختلفة ومايلاحظ على هذه القنوات هو نفس الأجندة بالرغم من إختلاف الوقت والبيئة، بل هناك فرق طفيف تتمثل في أن قناة إن بي سي التي خصصت وقتا معتبرا حول الجدل السياسي الداخلي حول قضية العراق، وليس تطورات الأوضاع داخل العراق، أما قناة آيه بي سي، ركزت على قضايا مكافحة الإرهاب في الداخل، وكذا الدول التي حذت حذو أمريكا في مكافحة الإرهاب.

وتشابه هذه القنوات في التغطيات للقضايا الداخلية، كالطب، والصحة، ونظامها وزادت نسبة تغطية الكوارث الطبيعة والحوادث، بنسبة 75% لتحتل 7% من التغطيات الكلية وهي في زيادة مستمرة، أما التغطيات الحكومية، فتقلصت من 27% عام 2004 إلى 5% فقط من النشرات الإخبارية الليلية، وهذا راجع إلى الحيز الذي شغلته قضية العراق، وحملة الإنتخابات الرئاسية، بالإضافة إلى تغطية الجرائم والحوادث اليومية.

وأبرز التقرير شئ مهم آخر، في غاية الأهمية وهي مسألة هل الإعلام المكتوب يشتد أمام الإعلام الإلكتروني؟ حيث أكد بأن الصحف اليومية المكتوبة لانزال بعيدة عن الموت التي باتت تسرب إلى المؤسسات الإعلامية المكتوبة، سنة 2007 وأمروا أن الصحف اليومية تباع 50 مليون نسخة في المتوسط اليومي. وكذلك هناك 117 مليون أمريكي يتابعون صحيفة واحدة وأن المشكل الوحيد الذي يهدد الصحافة الأمريكية هو تراجع التوزيع بنسبة 2,5% سنويا للصحف اليومية، وحوالي 3,3% في الإعداد الأسبوعية (يوم الأحد).

كما شهدت هذه الفترة ازدهار المواقع الإلكترونية للصحف، ذلك بالتطور ومتابعة الأخبار لمدة 24 ساعة وتحديها لمواكبة العصر، والخوف من ظاهرة الموت، خاصة بعدما شهدت عملية الإشتراكات تراجعاً كثيراً.

كما أن الإعلان على الجرائد له إقبال أكثر من الإعلان على مواقع الإلكترونيات للجرائد، حيث يقدم الشعب الأمريكي على شراء الجرائد للإطلاع على الإشهار خاصة في نهاية الأسبوع (يوم الأحد الذي يضاعف فيه سعر الجديدة إلى ثلاثة مرات) وكذلك يوم العطل.

ولعل أهم عامل وراء تراجع صناعة الصحافة المكتوبة، وتصريح العمالة، هو أن الجرائد القديمة أصبحت معروفة ممارسة التعتيم والولاء للنخبة الحاكمة، مما جعل القارئ يجزف عنها ويبحث عن مواقع أخرى لتشفي

غليله، كالمدونات، والمواقع الخاصة المزودة بالصور الحية للهوات والواقعية، هذا هو الأمر المميت للصحافة الأمريكية إذا لم تتفطن للأمر وتنقد نفسها من نفوذ رجال الأعمال والشركات المهيمنة التي أحدثت تدخلا مباشرا في إدارة المهنة الصحفية، والتي أدت بدورها إلى إتساع الهوة بين الجماهير ووسائل الإعلام القديمة⁽¹⁾. ولكن غالبية القراء يلجأون إلى الأنترنت للبحث عن أخبار جادة ومتنوعة أكثر وكما يبقى أغلبية القراء يكتفون الولاء إلى الصحافة التقليدية وحراس البوابة، لإلتقاط المعلومات⁽²⁾. والحقيقة أن القراء يريدون أن يعرفوا أكثر، وأن حراس البوابة يحجزون أخبارا القارئ في حاجة إلى معرفتها ولذلك يصقلون عقول الجماهير وتبرمج بطريقة آلية يتحكم فيها رجال التحرير، وحتى رجال التحرير مأمورين لذلك. مأمورين في كواليس رجال العمال وممولي الجرائد، ولكن عصر المدونات المواقع الحرة أدى إلى كشف هوية حراس البوابة.

(1) تقرير واشنطن متوفر على شبكة الأ،ترنت ب WWW.Taqrir Washington.Org العدد الصادر يوم 14 جوان 2008.مرجع سبق ذكره

(2) Straubhaar / LAROSE : Media Now Op-at P115.

الفصل الرابع: القانون وتنظيم الميديا في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث الأول: اللجنة الفيدرالية للإتصالات FCC^(*):

تعتبر اف سي سي أعلى هيئة إعلامية تابعة لرئاسة الولايات المتحدة الأمريكية، تأسست بموجب قانون أو عقد الإعلام لسنة 1934، تسهر هذه الهيئة على تنظيم قنوات الإذاعة والتلفزيون في أمريكا، يرأسها السيد كيفين مارتين.

تأسست اف سي سي بموجب قانون أو عقد الإتصال المؤرخ في سنة 1934 عندما صادق الكونغرس على تحرير هذا القانون والذي يعتبر امتدادا لقانون الإذاعة المؤرخ سنة 1927 وفي سنة 1940 أصدرت اللجنة الفيدرالية اف سي سي أول تقرير لها والذي تضمن قطع الإتصال لشركة ان بي سي كما تضمن كذلك حرية الإختيار للقناة لوقت البث سواء كان في اليوم أو في الليل.

تعتبر اللجنة الفيدرالية للإتصالات وكالة مستقلة أنشأت من طرف الكونغرس تحت قانون ما يعرف عقد 1934 الخاص بتنظيم الإتصال وهو امتداد لنجاح عقد اللجنة الفيدرالية للإذاعة والتي أنشأت لتنظيم الطيف الإذاعي والبصري بما فيها الكابل، والخيط والأقمار الصناعية وهي تغطي 50 ولاية في الولايات المتحدة الأمريكية مقرها كولومبيا.

التنظيم: يسير اللجنة الفيدرالية للإتصالات خمسة أعضاء، يعينهم مجلس الشيوخ لمدة خمس سنوات وللرئيس الحق في تعيين وواحد من أعضاء اللجنة لمسؤول عن اللجنة وثلاثة أعضاء آخرين أحيانا يكونون في نفس الحزب ولا يجوز لأي واحد منهم أن يكون لديه علامة تجارية أو مالية.

وتتولى هذه الهيئة الإشراف على تنظيم الإتصالات و السهر على تفعيل وتقوية نشاطات الهيئة من طرف مسيرها وكما سهر على نجاح وتسيير كل مكاتبها في كل الولايات المتحدة الأمريكية رئيسها الحالي هو كيفين مارتين

والأعضاء الآخرين هم Jonhtan Adlestein و Kaiheen Aberah Mechal Lopps .

عقد الإتصالات لسنة 1934⁽¹⁾

في سنة 1934 قرر مجلس الفدرالية للإتصالات، هذا القانون الذي يسمح وبمجد العمل باللجنة الفيدرالية للإذاعة الذي أسس عام 1927 ويتضمن البند الثالث من عقد الإتصالات بأن مهمة اللجنة الجديدة هي إكمال مسيرة عقد الإذاعة وأن هذه اللجنة الجديدة هي التي ستتولى تسيير العملية في مكان ERC

تقرير عن سلسلة البث.

في سنة 1940 اللجنة الفيدرالية للإتصالات أصدرت تقريرا حول سلسلة البث، وكانت النقطة المهمة في هذا التقرير هي تقسيم ال أن بي سي كما تضمن تقديم مهمتين: الأولى وهي للقناة الأخبار في الوقت وهي (سي

(*) Federation Communications Commission.

(1) www.FCC.com 05/05/2008

بي اس) والنقطة الثانية تحديد صلاحيات القناة في الوقت أي لها الحق في البث خلال النهار وكما للقناة الحق في إختيار وطلب الوقت الذي يناسبها.

تقييم المحطات التلفزيونية.

قامت اللجنة الفيدرالية للإتصالات التلفزيونية بتعيين التلفزيون العالي الترددات ومنحت المحطات التلفزيونية أكثر من 1 إلى 13 قناة، يمكن لها أن تحوي فقط على 400 محطة عبر التراب الوطني ولاحتوي التلوين (فقط بالأبيض والأسود).

في سنة 1940 تمكنت قناة سي بي اس من تسوية قضية اللون لكن المشروع لم يلق إقبال إلى غاية 1946 عندما اقبلت اللجنة الفيدرالية للإتصالات على السماع سي بي اس العمل بالخطة التي اقترحتها هذه الأخيرة وقوبلت كذلك بالرفض.

وفي سنة 1945 اللجنة الفيدرالية للإتصالات حركت وحولت الاذاعة ذات الأمواج FM لم يكن وam وأصبحت سي بي اس على ال أف أم ومنحت لبعض القنوات الطلب، و كانت قناة سي بي اس أعلنت بأن الخبر في التلفزيون سيكون على حسب الخطة التي وصفها لكن هيهات، بكل صراحة فإن البث لقناة سي بس اس على أمواج (ال أف أم) لم يكن مجديا من حيث الدخل العالي، وقد وضعت (ال أف سي سي) المصافة بين المحطة والأخرى بـ 150 ميلا ولكن هذا كان يتداخل بين المحطات، فجمد هذا القانون وعند ذلك تجميد العمال في سبتمبر 1948 كانت 37 محطة في 22 مدينة أخرى و86 أخرى ظهرت من جديد و303 طلب آخر قد بعث لم يلق الرد.

وبعد ظهور هذا القانون الجديد انتعشت ولاية نيويورك ولوس انجلس بمحطات جديدة، 7 في كل ولاية كما أن 24 مدينة أخرى حصلت على محطتين أو أكثر وكان لكل مدينة محطة واحدة ما عدا مدينة هيوستن ومدينة كانسيس وميلوكي وبيتسبورغ وكان المجموع 64 مدينة تملك تلفاز واحد وكانت 108 محطة تعمل خلال مدة تجميد القانون لمدة ستة أشهر فقط من أجل دراسة هذه التدخلات والمشاكل العالقة.

وتزايد هذا التجميد مع الحرب الكورية وعلى هذا الأساس كان التجميد يدخل لحل المشاكل العالقة فعلا لأن خلال هذه المدة قررت اللجنة الفيدرالية للإتصالات قرار باستعمال الألوان.

وفي أكتوبر 1950 وضعت موافقة لقناة سي بي اس باستعمال الألوان وكان لأول مرة لأن الرئيس السابق قد استقال سنة 1947 وهو ديني شولس ومنذ ذلك الوقت أصبحت (سي بي اس) تبث بالألوان.

وعندما أصبحت (سي بي اس) تبث بالألوان لقيت معارضة شديدة وأدخلت القضية إلى المحكمة العليا، لكن كانت لصالح المحطة وأنجر عن ذلك أن أغلب محطات التلفاز لم تكن تمكنت من البث بالألوان مما اضطر سي بي اس إلى التراجع عن استعمال الألوان وذلك في إطار مساعدة الوضعية الحرجة في كوريا.

إن اللجنة الفيدرالية للاتصالات بقيادة Wayne Coy أصدرت التقرير السادس في بداية 1952 في إطار تسوية 70 قناة تعمل على نظام UHF مما أدى على ظهور 1400 محطة جديدة ووصفت 242 محطة للتعليم وأغلبهم في نظام UHF و أضافت اف سي سي كذلك 220 محطة أخرى تعمل على نظام VHF بالرغم من أن القناة تراجعت إلى 12 قناة.

ومنه كان البث خفيفا، مما أدى إلى إنهاء وتجميد العمل بالقانون في ديسمبر 1935، تحولت (الأف سي سي) عن قرارها ورجعت تبث باللون .

إلا أنه لم يلق إقبالا كبيرا، وفي ستة الأشهر الأولى من سنة 1954 فقط كان هناك 8000 جهاز استقبال مقارنة مع الأبيض والأسود الذي قدر بـ 23000000 جهاز استقبال فالمشكل كان هو UHF فلم يكن في امكان المحطات أن تنجح ان لم يكن للمتلقي أوالمشاهد UHF والجمهور لم يكن قادر على الدفع من أجل UHF إلا إذا بدأت ال UHF تبث.

وكانت ما يربو 165 محطة على نظام UHF تبث على الهواء ما بين 1952 و 1959، 55% على الهواء إلى 75% على الهواء، وعندما ازدادت المحطات إلى 75% على الهواء بدأت تفقد أموالها، لأن مشكل UHF هو كلفة التنمية العالمية، مقارنة بـ VHF .

الخلط من UHF و VHF بين المحطات في نفس السوق والكلاسيكية من نوع VHF من نوع VHF للإستقبال فقط.

أغلب الأجهزة الاستقبال من نوع VHF لا تملك UHF مما جعل بعض المدن تعمل فقط VHF والأخرى فقط UHF مما جعل FCC تتدخل وتشترط كل أجهزة الاستقبال أن تنضوي تحت عقد القنوات ورغم أجهزة التلفزيون وسيطرت VHF وكل هذا الصراع بين VHF، UHF عاد إلى الواجهة في بداية السبعينات وبداية 2000.

تقييم الإذاعة وإعادة التمويع .

في سنة 1962 اللجنة الفدرالية للاتصالات أصدرت إعادة هيكلية النظام اف أم حينها كانت البلاد قسمت إلى ثلاث مناطق:

المنطقة الأولى من الشمال والغرب الوسط كان محدود التأثير من حيث الأمواج والقوة كان 50000 واط والعلو لا يتجاوز 150 متر.

المنطقة تغطي كاليفورنيا ويمر عبر نفس التنظيم مع المنطقة الأولى أما المنطقة الثالثة فتغطي الباقي من الولايات المتحدة الأمريكية بقدرة تفوق 100000 واط وحوالي 600 متر علوا.

وفعلا كان الوضع هكذا في سنة 1962، أما الآن فهناك محطتين مشهورتين وهي KRUF وهي المنطقة الثانية الموجودة في سانتا برابرا بكاليفورنيا وهي أقل علوا. أما الكبيرة جدا وهي في المنطقة الثانية في مدينة مالين.

أهم التطورات في ال أف سي سي FCC⁽¹⁾

في يوم حفل تنصيب الرئيس ريغان 1981 أحدث تغيير جذري في حياة ال أف سي سي والذي عرفت فيه تقدما كبيرا وتنازلات كثيرة وكثر الاحتكار المفروض وإيقاف النفوذ والعمل بمبدأ الإنصاف والعدل.

مما أحدث ثورة في إزدياد عدد القنوات الأمريكية لا مثيل له. سنة 2000 بدأت ال أف سي سي FCC في تطبيق احترام الحريات وعدم القذف.

ولكل من يريد أن يملك قناة، يقدم طلب إلى أف سي سي شرط أن يحترم الآخرين أو الجيران وتعمل أف سي سي على ترخيص القنوات الإذاعية والتلفزيون ونظام المورد ورايو الهوات ورايوفون. كما أنها منعت الأطفال منذ الظهور في القنوات

التلفزيون ونظام الكابل.

لقد ظهر تلفزيون الكابل مع نهاية الستينات، وواجه عدة مشاكل التي عرقلت نموه. وتراجعت قفزه النوعية التي قفزها وتراجع ونزل إلى الأرض، من كثرة الضغوط التي كانت عليه من طرف تلفزيونات الأقمار الصناعية، والتشريعات القانونية، باللاضافة إلى عدم وجود الفضاء المفتوح أمامها أي تلفزيونات الكابل، أما اليوم فإن الحديث عن تلفزيون الكابل، يقودنا إلى الحديث عن شركات كبرى قائمة بذاتها في سوق الإعلام الأمريكي.

إن البداية الحقيقية لتلفزيون الكابل كانت 1950، وكانت رمزا قويا للمناطق التي لا يستطيع سكانها التقاط العادي فيقوم الكابل بتوفير هذه الخدمة

ومع السعي المتزايد لتلفزيون الكابل، قامت بعض الأنظمة باسترداد أو شراء الرمز التجاري من المحطات التي كانت تقدم خدمة محلية، إدخالها إلى أسواق الإعلام، وهذه العملية سببت خنقا كبيرا، لدى المحطات الأخرى من جراء عزوف الجمهور عن المحطات ذات الرموز المستعارة أو المستوردة، وتندافع نحو نظام الكابل، مما سبب مشاكل سياسية، استدعت تدخل الهيئة المعنية (FCC).

حينما رفعت هذه القنوات المتضررة شكوى إلى FCC تطالب فيها الكونغرس بالتدخل للمساعدة، حينئذ سارعت FCC إثر ذلك بإصدار قانون تعليمي إلى نظام الكابل، يحد نوعا ما في نموه الفائق، كان ذلك سنة 1965، كما سنت FCC في سنة 1972 قانونا آخر يحد كذلك من تطور الكابل، وفي سنة 1980 تراجعت FCC على جميع القوانين التي وضعتها ضد الكابل.

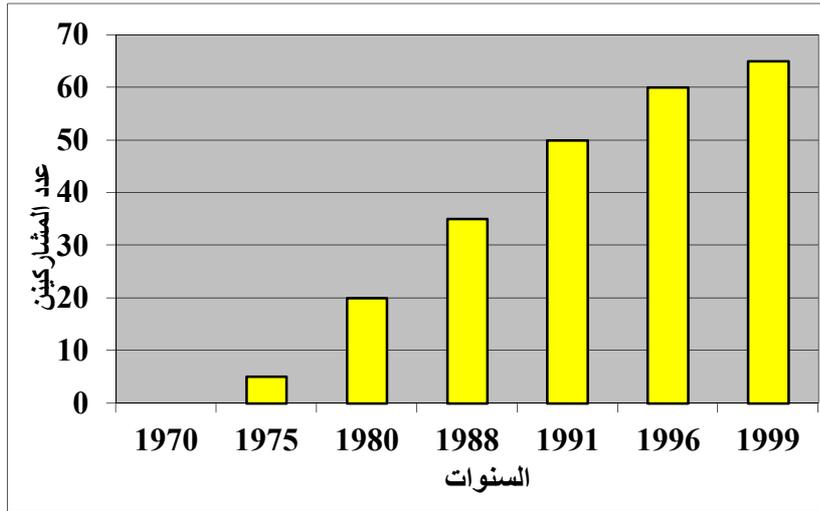
هذه القوانين السالفة الذكر جعلت من نظام الكابل ينمو بشكل رهيب عبر (و.م.أ)، وانشغل النظام في بيع الاسم لشركات أخرى، وبالتالي استطاع اكتساح المعمورة الأمريكية في ظرف وجيز. خاصة عندما أصبح يقدم خدمات التسوق، والخدمات البنكية عبر الإنترنت، هنا تضاعف الطلب على الكابل، وأصبح فعلا اقتصادا قويا،

(1) www.wikipedia.com 0/04/2008

واستمر نظام الكابل في النمو السريع، فمثلا مع بداية 1991 كان هناك ما يزيد عن 7.500 نظام كابل تقدم خدمة إلى 55 مليون بيت في (و م أ).

وتفطن نظام الكابل إلى فكرة الأسعار الرخيصة، مما جعل الاشتراك يتضاعف؛ مثلا 1998 كانت هناك 65 مليون منزل مزود بنظام الكابل.

ودخل نظام الكابل في صفقات؛ كإبرامه اتفاقية لمدة ثلاثة سنوات مع الرابطة الوطنية لكرة القدم؛ ويقدم



بثها في الأوقات الأولى لها "برلم تائم".

كما تفردت قناة سي أن أن "CNN" بنقل أحداث حرب الخليج الثانية، كل هذه العوامل ساهمت في مداخل نظام الكابل ونموه السريع والرسم البياني الآتي يبين ذلك⁽¹⁾:

لما تحول نظام الكابل إلى صناعة مربحة ومتطورة، فقد وصلت فوائد الإشهار سنة 1990، إلى رقم أعمال يقدر 02 بليون دولار، وزاد في 1996 إلى 05 مليون دولار.

وكما سلف الذكر فإن انتعاش نظام الكابل راجع إلى فك القيود التي كانت تكبح جموحه والمتمثلة بالدرجة الأولى في القوانين التي كانت مفروضة عليه سنة 1984.

وبعد 8 سنوات هطلت الكثير من الشكاوي ضد نظام الكابل حول انتشاره وغلاء أسعاره، فأجبر الكونغرس على سن قوانين لحماية المستهلك من هذه الأسعار الجنونية، حيث صدر قانون يسمى عقد حماية المستهلك.

وفعلا أثر هذا القانون على الأسعار في 17% بالمئة أي انخفاض بنسبة عالية مع أجبار نظام الكابل المحلي يحمل إشارة أو رمز المحطة أو المحطات المحلية الحق في التعويض من جراء حمل إشارتها أو علامتها التجارية. وهذا الاختيار طبعا وضع لأصحاب البث .

وفعلا عوض أصحاب البث المحطات المحلية؛ إما نقدا أو تخصيص لهم أماكن على مواقع الشبكات.

(1) Americanjournalism Review N°65 page86.

وما ساعد كذلك نظام الكابل قانون 1996 الذي أعطى الحق لشركات الهاتف للدخول في نظام الكابل كما أعطى الحق لشركات الكابل الحق في الاستثمار في الهاتف، كما منح هذا القانون الحق في تحديد أسعارها التي تراها مناسبة مع المستهلك أو الزبون .

وعلى إثره أعلنت بعض الشركات المتخصصة في الهاتف الاستثمار في صناعة الفيديو والأشرطة . كما عرفت منافسة شرسة من شركات الهاتف ونظام الكابل اللذان كادا أن يغطيا جميع التراب الأمريكي خاصة سنة 1998 .

وأما هذا التنامي المستمر لشركات الهاتف ودخولها عالم التلفزيون المباشر كان ذلك سنة 1994؛ حيث وفرت كل من التلفزيون المباشر وUSSB أكثر من 100 قناة في برنامجها في الوقت الذي أعلن فيه روبرت مردوخ عن ميلاد نظام الأقمار الصناعية لدى مؤسسته العملاقة⁽¹⁾ .

ومع نهاية 1998 واجه نظام الكابل منافسة كبيرة من التلفزيون المباشر USSB وتراجع جمهوره، أما الضربة الموجهة التي تلقاها نظام الكابل هي أنه بعض المحطات مثل شركة "فاكس FOX" اشتركت في نظام الكابل لتحمل إشارته أو رمزه، لكنها انفتحت على أنظمة أخرى كالأقمار الصناعية والتلفزيون المباشر مما جلب جمهور كبير وتراجع نظام الكابل أي جمهوره.

وبالرغم من هذا إلا أن نظام الكابل أستمر في العمل لجذب أكبر مستثمرين وأكبر قدر ممكن من الجمهور أي الذي كان تابع للشبكات الأخرى، مثلا سنة 1997 استثمرت شركة ميكروسوفت 1 بليون دولار في شركة "Comsat corporation" وهي من الشركات العملاقة في نظام الكابل. ركزت في استثمارها على الاستفادة من فرصة تلاقي التلفزيون مع الكمبيوتر .

حيث عملت ميكروسوفت على إنشاء مواقع واب للتلفزيون وسهلت الولوج لمشربكها إلى الانترنت عن طريق ربط جهاز الكمبيوتر بجهاز التلفزيون بطبق خاص يعمل على قلب ما يجري على الواب إلى التلفزيون.

كما تعمل حاليا شركات الكابل على تزويد الأمريكيين بخدمة التلفزيون عن طريق خطوط الانترنت التي يملكونها أو أثناء عملية الولوج إلى الانترنت وإحداث الاتصال وإذا حدث ذلك فإن شركة ميكروسوفت سيكون لها حصة الأسد في ذلك .

طبقا لإحصائيات الهيئة الفدرالية للاتصالات "FCC" فإن 110.000 موظف في قطاع التلفزيون الصناعي، و100.000 في نظام الكابل و10000 في نظام التلفزيون غير الربحي و16000 في الشبكات التلفزيونية . كما أن هناك 15000 إلى 20000 طلبا موجه للعمل في الحقل التلفزيوني

(1) Murdochs Politics : How one mans Phersty For Wealth and power shapes our World by David Mcknight plu press 2013.

ملاحظة: كل القنوات والمحطات والشبكات المذكورة لها مواقع على الانترنت توفر خدمات لمشاهديها . كما أن هناك 99٪ من السكان الولايات المتحدة الأمريكية يملكون على الأقل تلفزيون واحد حسب إحصائيات 1998 و75٪ يملكون أكثر من تلفزيون، فنظام الكابل وحده يملك 68 مليون من المشتركين 1998.

الصحافة الحرة.

سبق الذكر بأن الصحافة الأمريكية في بدايتها لم تكن مستقلة، بل كانت الصحافة في عهد الإستعمار مراقبة من طرف التاج.

ففي عهد الإستعمار البريطاني عرفت فترة من فترات تكوين الصحافة الأمريكية بعهد الطابع، أي كانت تفرض ضريبة بدفع عن شكل طابع بريدي أو الختم، وكان إذا صدر رأي يضر النظام آنذاك تفرض ضريبة على الرأي - تسمى ضريبة الرأي.

ومع نشأت الدولة الأمريكية الحالية، ووضع أول مسودة للدستور الأمريكي سنة 1878 لم تذكر الصحافة وحريتها، أو حرية الكلام في أي مادة من مواد الدستور الأمريكي.

إلا أن كان هناك نضال طويل من طرف شخصيات أمريكية تاريخية، من أجل إضافة تعديلات على الدستور الأمريكي الذي يحتوي على سبعة مواد، سميت هذه الوثيقة بوثيقة الحقوق، وهي نوع من إدخال التعديلات على الدستور.

وثيقة الحقوق.

لم يكن للفيدراليين أن يفوزوا بالمصادقة على الدستور في عدة ولايات رئيسية لو لم يعدوا بإعادة إجراء تعديلات عليه، وكان الهدف من هذه التعديلات هي حماية الحريات الفردية في حالة ممارسة الحكومة الفيدرالية لحكم جائر وكانت جميع دساتير الولايات التي اعتمدت خلال الثورة الأمريكية تتضمن إعلانات واضحة بشأن حقوق جميع أفراد الشعب⁽¹⁾.

وكان جميع الأمريكيين يعتقدون بأن لا يمكن اعتبار أي دستور كامل دون شموله على إعلان كهذا. وكان جورج ماسون من ولاية فرجينيا وراء أشهر وثيقة حقوق أمريكية هي إعلان لولاية فرجينيا في عام 1776.

عزم كل من جورج ماسون وزميله باتريك^(*) هنري على عدم المصادقة على الدستور الأمريكي لو لم تدخل هذه التعديلات من طرف الفيدراليين.

(1) دستور الولايات المتحدة - كتب صادر بسياسة الذكرى المئوية الثانية لدستور م.أ. الذي يعطي الفترة منذ وضع مسودة الدستور 1787 إلى غاية المصادقة عليه سنة 1788 واعتماد وثيقة الحقوق 1791 من وكالة الإعلام الأمريكية ولورد بوك انك. COXI، 1986.

(*) باتريك هنري: يمثل ولاية نيوهمبشر إبان الاستعمار البريطاني للولايات المتحدة، صاحب مقولة " إعطيني حريتي أو إعطيني الموت".

وقد تزعم جيمس ماديسون حملة في الكونغرس الجديد بإقتراح تعديلات تقوم الولايات بإعتمادها طبقا لأحكام التعديل التي نصت عليها المادة الخامسة من الدستور، واقترح 15 تعديلا، فقبل الكونغرس أن يجيل 12 منها إلى الولايات لكي تصادق عليها طبقا لأحكام التعديل التي نصت عليها المادة الخامسة من الدستور. وبحلول 15 ديسمبر 1791 كان عدد كاف من الولايات قد وافق على عشرة من أصل اثني عشر تعديلا وجعلها جزءا دائما من الدستور.

وعرفت هذه التعديلات بثيقة الحقوق، وهي الوثيقة التي تضمن الحريات الأساسية لجميع المواطنين. وقد كتب ممثلي الولايات ما يلي فيها: "أن التعديلات التالية لدستور الولايات المتحدة اقترحها الكونغرس وصادقت عليها الهيئات التشريعية لمختلف الولايات وفقا للمادة الخامسة من الدستور الأساسي". وكان التعديل الأول في وثيقة الحقوق هو حرية العبادة والكلام والصحافة وحق الاجتماع والمطالبة برفع الجور. ونصه كالتالي: "لا يصدر الكونغرس أي قانون خاص بإقامة دين من الأديان، أو يمنع حرية ممارسته، أو تحديات من حرية الكلام أو الصحافة أو من حق الناس في الاجتماع سلميا، وفي مطالبة الحكومة بإنصافهم من الإجحاف⁽¹⁾. قامت دول عديدة بإعلان أحد الأديان ديننا رسميا معتمدا للبلاد.

ودعمته الحكومة، لكن هذا التعديل يمنع الكونغرس من إقامة دين ما أو إعتماده رسميا في الولايات المتحدة، وقد فسّر على أنه يمنع تأييد الحكومة أو دعمها للمعتقدات الدينية، بالإضافة إلى ذلك، لا يجوز للكونغرس إقرار قوانين تحد من العبادة، وحرية الكلام والصحافة، أو يمنع الناس من الاجتماع بشكل سلمي، كما لا يحق للكونغرس منع الناس من مطالبة الحكومة برفع الجور الذي يلحقهم من معاملتها غير المناصفة، وقد فسرت المحكمة العليا التعديل الرابع عشر على أنه يعني تطبيق التعديل الأول على الولايات فضلا عن الحكومة الفيدرالية، وهذا لا يعني أن حرية الأديان مطلقة أو مبالغ فيها، فمثلا في القرن التاسع عشر كانت تعتمد طائفة دينية تسمى طائفة "المورمون" بأن واجبات الرجل الدينية أن يكون له أكثر من زوجة، فتدخلت المحكمة العليا وطالبت من هذه الطائفة الأنصياع للقوانين التي تحرم تلك الممارسة.

ومن هنا نستنتج بأن الدستور الأمريكي لم يضع قانونا خاصا بالصحافة، هذا الفراغ القانون جعل الصحافة تتمتع بحرية مطلقة، إلا أن الحكومة دائما تحاول أن تكبح بعض الأمور، عن طريق تدخل المحكمة العليا لمراقبة الصحافة قبل النشر، والإذاعة والتلفزيون قبل البث، خاصة أثناء الحرب، لا يجوز لوسائل الإعلام أن هذه تعد عدد أفراد الجيش أو تقر بالهزيمة، وكذلك عدم نشر أسرار المربطة. وتسمى العملية بالمراقبة المسبقة⁽²⁾.

كما لا يمكن أن نقول بأن الصحافة الأمريكية لها قانون، وإنما هناك تنظيمات أو ضوابط تصدر من الكونغرس أو من الهيئة المسؤولة على تنظيم الصحافة من حيث الشكل وليس المضمون.

لكن هل هذا صحيح بأن الصحافة بدون قانون تعتبر صحافة حرة؟

(1) الدستور الأمريكي، مرجع سابق، ص 45.

(2) Joseph-R Dominick : The Dynamics of mass communication Op-at.P 428.

المبحث الثاني: الحق في الوصول إلى المعلومة.

لقد كان الصحفيون الأمريكيون يعانون من الوصول إلى المعلومات الحكومية، فقد احتفظت الحكومة بالمعلومات وأعتبرتها من الأمور السرية جدا. إلى غاية بعد الحرب العالمية الثانية، بدأ الصحفيون الأمريكيون يشتكون من إجحاف الحكومة في حقهم للوصول إلى المعلومات، وشخصوا المشكل هذا بأنه حجر عثر أمام عملهم النبيل. وتساعدت الصيحات من طرف الصحفيين ومجموعات الإستهلاك للصحافة، حول هذا المشكل، حتى شكلوا ضغطا قويا على الحكومة، إستلزم ذلك بإجتماع الكونغرس وإستصدار قانون سمي بقانون حرية المعلومة. (Freedom of informations Act (FOIA)، وذلك سنة 1996 هذا القانون الذي أعطى بموجبه الحق في الوصول إلى معلومات الحكومية، إلا في الحالات الإضطرارية، وهو حق معروف، يستطيع أي مواطن كان الإستفسار على المعلومات أو مباشرة على الأنترنت، يمكن الوصول إلى أية وثيقة أراد.

وأرغم هذا القانون كل الولايات وخاصة الوكالات المختصة في ذلك، بإصدار تعليمات تدل على إتباع خطوات معينة للوصول إلى المعلومات التي يريدها السائل. وساعد هذا القانون على التطرق إلى عدة قضايا حساسة من طرف القنوات التلفزيونية على سبيل المثال قناة تلفزيون (KRON) في مدينة سان فرانسيسكو، استعملت قانون (FOIA) للتطرق إلى قصة الأسلحة النووية وبرنامجها والحماية منها في كاليفورنيا. كما سمح هذا القانون الذي سمي القانون "أشعة الشمس" لفتح 50 وكالة عبر المعمورة الأمريكية لمساعدة الصحفيين في الحضور اللقاءات المحلية، وحتى عوام الناس.

تغطية الجرائم.

إذا كان الحق للصحفيين للدخول إلى المحاكم وتغطية جانبها من المحاكمات، وفماذا عن تغطية الأحداث الإجرامية خارج غرفة المحكمة.؟

إختلفت المحاكم حول ذلك، فالمحكمة العليا أجازت تغطية الصحفيين للأحداث وخاصة لحوادث المرور بطلب الأذن من الشرطي الحاضر للتصوير الحادث والجثث وغيرها، وهي حالة تدخل في الخصوصية أي الخصوصية الصحية في الحادث، ما دام التعديل الأول من الدستور يضمن حق المعلومات. لكن على الصحفي أن يطلب من ضابط الشرطة، لأنه إذا لم يفعل يفسر إنتهاك حرمة، أم فيما يخص تغطية السجون، فقد فصلت المحكمة في ذلك، بأن الصحفي الحق بالدخول وتغطية كل السجن والمسجونين وليس جزء فقط أو سجين معين. وأعلنت محكمة فلوريدا بأن الصحفي الذي يستأذن من الشرطي لتغطية الحادث لا يدخل خانة الإعتداء على الحرومات، من جهة أخرى أعلنت محكمة "واسيكونسين" بأن المصدر الذي يدخل في ملكية شخص ما للتصدير في حالة سرقة دار أو غيرها، وطلب الإذن من الشرطة يعتبر مذنب.

وكذلك الصحفي الذي يدخل شركات بدون إذن صاحبها والتحقيق دون معرفة يعتبر مذنب، لكن الحل الوسطي هو على المحقق قبل الدخول إلى أي ملكية خاصة الإستأذان من المالك لها. فمثلا محكمة كاليفورنيا سنة 1993 ضمنت الحق للصحفيين بتغطية والدخول إلى الأماكن المتضررة من الكوارث. أما في محكمة "التكساس" رفضت إعطاء الحق للصحفي في تغطية تنفيذ الإعدام.

القذف في الصحافة الأمريكية.

حقيقة أن حرية الكلام، والتعبير الحق مقدس بموجب الدستور وثيقة الحقوق، إلا أن هناك تعارض بين الحق في الوصول إلى المعلومة والحق في حماية الشخصية والسمعة، والحق في حماية الحرية الشخصية، على هذا الأساس وجدت حرية الأشخاص تحت قانون القذف والتجريح.

ولمعرفة حقيقة القذف يجب التطرق إلى بعض التعريفات الخاصة :

التشهير: هو التجريح المكتوب الذي يؤدي إلى إذانة سمعة الشخص، أو الإسم المعروف، أو التقليل من الإحترام له، أو التصغير من القيمة الحقيقية للشخص التي يستحقها.

الإفراء: هو التجريح المطلق، (ويعتبر في بعض الولايات، التصريح البياني إذا بث يصبح تشهيرا حتى ولو كانت هذه الكلمات غير مكتوبة) للعلم أن التشهير أكثر أذى في كثير من الحالات، ويؤدي في كثير من الحالات إلى إجراءات صارمة⁽¹⁾.

التشهير لكل حدا: وهي كلمات تشهيرية، تكتب عادة خطأ، فمثلا وصف شخص "بالذئب" أو "غشاش" وهي أوصاف توحى بمباشرة بالتشهير.

التشهير بالسجن: وهي كلمات تصدر بنية حسنة، ولكنها تصير تشهيرية بالخطأ في أي ظرف ما. فمثلا: يقول ظهر الوزير الفلاني كالراعي: فالراعي ليست عيبا أو تشهيرا لأنها مهنة نبيلة لكن يمكن أن تغضب الشخصية المقصودة.

وفي كل الأحوال من اجل الظفر بريح القضية فيه الحكم في قضية القذف على المدعي إحضار خمسة أشياء لذلك.

- البيان الذي قذف فيه، صورة صوتية أو مقال مكتوب.
- أن يكون قد عرف نفسه أنه المقصود، وأحيانا ليس بذكر الإسم.
- بأن البيان الذي قذف به قد نشر.
- تبين بأن الصحافة كانت مذنبه.
- أن ما نشر بم يمكن خطأ.

(1)Joseph-R Dominick : The Dynamics of mass communication Op-at.P 444.

كما أن ليس أي خطأ بنشر يعتبر قذفا. أما إذا تحقق القذف بالشروط المطلوبة وأضرر الشخص المقذوف، فإن قرارات المحكمة غالية جدا، فهي تقوم بتغريم المؤسسة الإعلامية، كما زادت الغرامات المالية التي تقرها اللجنة القضائية إلى المقذوف، مما أثارت غضب المؤسسات الإعلامية، حيث وصلت القيمة المالية سنة 1990 إلى مليون دولار وهناك أكثر من المبلغ، فمثلا المغني «Wayne Newton» قبض 20 مليون دولار في حكم ضد شبكة N.B.C.

أما محكمة تكساس فأمرت بدفع مبلغ قدره 58 مليون دولار لمحامي مقاطعة الذي رفع دعوى قضائية ضد محطة تلفزيونية.

الإعتداءات على الخصوصية.

يلتقي التشهير مع حماية الخصوصية في نقطة واحدة، وهي الحق في الخصوصية، والفرق هو أن التشهير أو قانون التشهير يحمي سمعة الشخص أو في الخصوصية يخص الجانب السلمي والعقلي والشعور لدى الشخص، كما أن التشهير يدخل في حماية الفرد من نشر المعلومات الخاطئة، أما حق الخصوصية هو القيام بكسر معلومات تقترب من الحقيقة حول الشخص المعني.

وهناك أربعة طرق مختلفة التي يمكن للميديا الإعتداء فيها على خصوصية الشخص.

التطفل على وحدانية أو عزلة الشخص، هذا يأتي بوضع المكروفون وتسجيل صوته في عزله أو وضع آلة تصوير في بيته وتسجيل نشاطه العادية، فمثلا يذهب الطاقم الصحفي إلى بيت شخص ما ويصورون نشاطه، بدون إذن أو ترخيص منه.

نشر معلومات في جريدة ما حول سجل طبي لشخص يحمل أمراض خطيرة، في المنطقة وفي هذه الحالة يعتبر إعتداء على الخصوصية وكذلك الشأن بالنسبة الذي يحدث عملية إستبدال الجنس من المرأة إلى الرجل، أو العكس، ولا يريد أن ييوح بذلك، في حالة نشر أي مقال عليه، بالمدعي له الحق في رفع دعوة ضد المؤسسة الإعلامية.

نشر معلومات خاطئة حول شخص ما وهي قريبة في التشهير، فمثلا المحطة التلفزيونية تقوم بنشر مقاطع تلفزيونية على مهنة ما، وهي معلومات خاطئة كمحطة شيكاغو (Chigago.TV) عندما بثت مقاطع حول طبيبة نسائية بأنها تستعمل نفس الأدوات التي تفحص بهم المريضة الأولى، في دعوة إلى زيادة إنتشار مرض "الإيدز" هذا الزعم أدى إلى إتهام المحطة، بالإهمال فيما تنتج.

أما الطريقة الأخيرة وهي إستعمال الإسم أو الصورة لأحد المشاهير بدون إذن، حيث رفعت الشهيرة "كرسيكي بر نلكلي" دعوة قضائية ضد المجالات التي استعملت صورتها في "بوستار"، وخاصة في المجالات التي يحصل فيها الصحفي على ترخيص.

إنتهاك الحرية.

يقترَب مصطلح إنتهاك الحرمة في الإعتداء على الخصوصية، وهو الدخول غير المرخص في حدود شخص ما "تسمى" إنتهاك حرمة، وقد بين القانون صرامته في قضية "محلات الأسد" «Lion Stores» للتغذية في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1996، عندما قامت شبكة (ABC) في حصة أخبار المجلة وهو الوقت البرام تايم مساء، وهو برنامج يزعم أنه يبرز الإنتهاكات الصحية، في محلات «Food lion Stores» عندما دخل صحفي في شكل مزيف طالبا العمل لدى هذه المحلات، وأعد تقريرا حول هذه السلسلة من المحلات التجارية، ثم نشر التقرير، قامت سلسلة الأسد للمحلات، يرفع دعوى قضائية ضد المحطة، وإستعمل محاميها مصطلح الإعتداء على الحرمة أو إنتهاك حرمة وليس قذفا، إذا كان صحيحا ما نشر في التقرير، فإن القضية عولجت من منظور إنتهاك الحرمة. وأتهمت المحكمة الصحفي بدخول إلى مكان غير عمومي، بجيلولة البحث العمل، وعوضت شبكة ABC 5,5 مليون دولار إلى محلات الأسد، كتعويض من الخسارة التي لحقت بالمحطة، ثم خفض رئيس المحكمة هذا المبلغ إلى 1,300,000.

ومن هنا إستنتج الصحفيون بأنه رسالة للميديا لكي تراجع حرمتها المطلقة، وتفكر لعدة مرات قبل الخوض في مسائل الإنتهاكات.

حق المؤلف أو حقوق التأليف في الصحافة الأمريكية.

يهدف حق المؤلف إلى حماية حق أو عمل المؤلف من السرقة، وأسس هذا القانون في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1909 وهو مقتبس من القانون البريطاني، إلا أن في سنة 1976 واجه هذا القانون متاعب ومشاكل، خاصة مع تنامي التكنولوجيات الجديدة للإتصال وقام الكونغرس بإصدار قانون لحماية الأدبيات، والمسرح، والأعمال الموسيقية وكذلك الصورة المتحركة، وبرامج التلفزيونات والتسجيلات الموسيقية، كما بين هذا القانون أنواع الأعمال التي لا يحميها، كالأفكار مثلا ولكي تحمي إبداعك، وأعمالك، يجب أن تملأ الإستمارة، مع مصاريف التسجيل إلى تسجيل حقوق المؤلف، الذي يضمن عمل المؤلفين، مع الاتفاقية التي يرضيها صاحب الحق، إن كان سمح بإعادة الطبع أو الوقف، أو غيرها كما لا يسمح حق المؤلف في الأخذ من العمل إلا بموافقة صاحبه، وفي حالات التدريس أو التعليم أو البحث العلمي.

مثلا سنة 1992 قامت شركة الطباعة المعروفة "كينكوز" بطبع كتاب دون إذن لبيعه إلى طلبة المعاهد، وهي عبارة عن مقالات، حكمت المحكمة في صالح المؤلف، لأنها صفة العمل تحت إنتهاك حق المؤلف، مع العلم، أن حق المؤلف فيه قانون مكيف يسمى "الإستعمال العادل" أي لأغراض غير ربحية، لكن شركة "كينكوز" إستنسخت وباعت.

كما رفعت محطة دعوة قضائية سنة 1994 ضد شخص، قام بإعادة تسجيل برنامج معين، لإعادة مشاهدته في وقت لاحق، لكن المحكمة فصلت لصالحه، مادام الغرض هو إعادة المشاهدة فقط.

الفحش والجنس، البورنوغرافيا.

لقد خاضت الميديا الأمريكية معركة كبيرة في مجال الترفيه، كالأفلام، ومجلات الجنس والكتب، بحجة أن حرية الكلام والصحافة، محمية بالتعديل الأول من الدستور الأمريكي.

إلا أن التعارض القائم هو كبقية حماية المجتمع من هذا النوع من الميديا التي تحاصر الفرد في كل مكان. وفي الواقع الفحش والبذاءة غير محميان في التعديل الأول، و إلى حد الآن لم يصل أحد إلى إعطاء تعريف مضبوط لمصطلح البذاءة والفحش الذي يقنع أي سائل كان. كما أن هذا المصطلح تغير من فترة إلى أخرى، مثلا كان ولمدة طويلة، يقاس الشيء الفاحش بمدى تخصيص أي فقرة تقود إلى إفساد أو تخريب، عقل أو أحاس أي شخص، إذا كانت مثلا فقرة واحدة في 500 صفحة من كتاب يؤدي إلى إفساد أو تخريب العقل، أو خدش إحساس الشخص، يتراوح عمره من 12 سنة، أو شخصا عجوزا بالوسخ فهذا يؤدي إلى البذاءة والفحش وأن هذا المعيار سمي بقانون " هايلان" سنة 1860، وكان معمولا به لمدة 08 سنوات.

أما في سنة 1957 أرادت محكمة روت للولايات المتحدة، إعطاء تعريفا للبذاءة الذي يتركز على أن أي عمل يؤدي إلى أو يجرس أو يهيج لشهوة، تؤدي إلى رغبة جنسية. وهذا القانون أو التعريف يختلف عن الأول، في وجهين:

من حيث أن ليس فقرة في كتاب تؤدي إلى فحش أو بذاءة وإنما أي مادة أو عمل يؤدي إدانة الشخص العادي.

وليس أي إنسان رأى ذلك، أي يقاس بالإدانة، لكن هذا القانون هو أخف من السابق إلا أنه بقي ينتابه بعض الغموض، في عدم تحديد المعيار أن كان يقاس على المحلي أو الوطني. لأن لكل شعب تقاليده، ثم أن هذا القانون لم يوضح فوائده ومصلحة الشهوة وكيف تقاس. ومثال على ذلك هو كتاب إدوارد "مايتكان" سنة 1966 في مدينة نيويورك الذي كتب فيه حول السادزم أو مرض الشهوة " بالألم ورفع ضد المحكمة بأنه لا يؤدي بإثارة الشهوة لدى الإنسان العادي، وبطل مفعول الدعوة كانت ضده.

وأضافت أشياء أخرى إلى البذاءة والفحش، وهو إنتاج أي مادة تكون جالية الوضوح بالإهانة ومنطوقة، ومفوه بها من غير تفكيك أو تسديد القيم الاجتماعية تعتبر بذاءة.

وخلال الستينات بدأت المحكمة العليا تعتبر أي تصرف يؤدي إلى بيع أو توزيع مادة حتى وإن كانت غير مؤدية إلى البورنوغرافيا مثلا، تعتبر غير قانونية، مثال بيع مادة شهوانية إلى القاصر، فيجب أن يكتب عليها للكبار فقط، مع السؤال عن الهوية التي تثبت البلوغ أكثر من 18 سنة وكذلك سنة 1969. سن مصطلح جديد(قابلة تحويل البذاءة أو غير ذلك).

عندما بدأت بعض المجالات تباع مادتها إلى القاصرين تسمى بذاءة وفحش، وعندما تباعها إلى الكبار لا تعبر ذلك.

ومع بداية 1973 تعدت المشاكل مع قانون "روث" أو دليل "روث"، قررت المحكمة العليا أن تفصل فيه نهائيا وأرجعت المعايير الأخلاقية إلى اللجان المحلية أي لكل بلد أي منطقة فيها الخاصية بها، هي تحددها. كما أقرت المحكمة العليا، بأن الأجساد العارية أثناء الأفلام لا تعتبر فحش أو بداء، وفي سنة 1982 أقرت كذلك المحكمة العليا ، بأن المواد التي تحمل البورنوغرافيا للأطفال لا تعتبر فحش لأن التعديل الأول للدستور لم يمنع ذلك.

أما في سنة 1988 فأعدت المحكمة العليا النظري موضوع الفحش والبداءة، لسن قانون يحمي الأطفال. وصدرت قرارات صارمة في هذا المجال عندما أتهم صاحب محل تسجيل الموسيقى في ولاية فلوريدا، عندما سجل أغاني الراب التي تحرض على الفحش والبداءة، في أغنية الفرقة الثانية الممنوعة «Crews, Asnsy as they Wannabe» كما ألقى القبض حتى على الفرقة في حد ذاتها.

وفي سنة 1990 مرر الكونغرس "قانون تلفزيون الطفل" وتنظيم تلفزيون الكابل، أما قانون تلفزيون الطفل أجبر المحطات على تقديم جانب تربوي للأطفال إلى غاية سن "16"، وضع هذا القانون صندوق وقفي قيمة مليونين دولار مخصصة للبرامج التي تخدم الطفل. وحدد هذا القانون مدة الإشهار وأثناء برامج لأطفال إلى (1/2) 10 دقيقة في الساعة، خلال الأسبوع، و12 دقيقة في الساعة أثناء أيام الأسبوع.

وخص هذا القانون كل من البث العادي وعبر الكابل. أما الذين لا يطبقون هذا القانون يتعرضون إلى عقوبات مالية، ونتج عن هذا القانون الزيادة في عدد برامج الأطفال.

محتوى ما يتنافى الأخلاق أو المحتشم.

عندما يأتي الحديث عن الأشياء التي يتنافى والأخلاق الإجتماعية، أو الشيء المحتشم، تجد الهيئة الفيدرالية للإتصال (F.C.C) بين مد رغبات الكونغرس وجزر نظام المحكمة.

فمثلا سنة 1978 أعطت المحكمة العليا الحق (F.C.C) لتنظيم الأشياء المنافية للأخلاق ، لأن عالم البث الجديد، سهل الطريق للأفعال المحتشمة للوصول إلى الأطفال مع مطلع 1980، مع تنامي الإذاعات عبر الهواء، أصدر الكونغرس تشريعا يقضي بمعاينة ال(F.C.C) ، تقديم المحطات التي تبث 24/24 مواد فاحشة ومخللة بالحياة حيث أصدرت المحكمة العليا قرار إعلانا بأن ما جاء به الكونغرس غير دستوري، وأمرت (F.C.C) بإصدار قانون " سايف هار بور " "Safe Horbor" وهو قانون يفرض على القناة عندما تبث مادة محتشمة أن تتحاشى إيصالها إلى الأطفال.

وقامت (F.C.C) اثر ذلك بتحديد من 6 صباحا إلى الثانية مساءا بث محتواها المحتشم لتفادي الأطفال من سماعه أو رؤيته، إلا أن هذا العمل لم يرض رجال الكونغرس، وأصدروا قانونا آخر يمنع بث الاحتشام قبل الساعة الثانية عشر ليلا، كما أعتبر هذا القانون كذلك بأنه غير دستوري، ثم إستقر الحال على عدم بث المواد المحتشمة من الساعة السادسة صباحا إلى العاشرة ليلا.

واستمرت (F.C.C) تراقب محتوى البرامج حتى أوقع القبض على المذيع هوارد ستيرنس Howord sternis Chow الذي كان يمرر بعض الأمور غير الأخلاقية في إذاعته، وغرم بغرامة مالية قدرها مليونين دولار كعقوبة للمحطة لمخالفة القانون⁽¹⁾.

(1)Joseph-R Dominick : The Dynamics of mass communication Op-at.P 452.

المبحث الثالث: قانون تساوي الفرص وحماية الأطفال.

جاء قانون تساوي الفرص في القسم 315 من قانون الإتصال كما أنه قانون فيدرالي، للعلم فإن قسم 315 يتعامل بقدر مخلص ومنصف للمترشحين لنيل مناصب عمومية في البلاد، بإعطاءهم الحق للوصول واستعمال وسائل البث للجمهور للجمهور، حيث نص القانون بأن إذا أية محطة سمحت لمترشح في الجمهور يجب أن تسمح للمترشح الآخر بالجمهور كذلك وبنفس المعايير، وإذا مارست الإشهار بمائة دولار للدقيقة الواحد لأي مترشح يجب أن تسمح كذلك هذا السعر لكل مترشح آخر على نفس المنصب.

لكن الكونغرس وضع بعض التعديلات والإستثناءات على هذا القانون، في عملية الأخبار أي نشرة المحطة حرة في ذلك، أي تخصيص الوقت، وتغطيه أكثر.

مبدأ الإنصاف.

هذا القانون لم يعد لأن حيث تحلى عنه 1987 من طرف (F.C.C)، كان للكونغرس عدة محاولات لإحيائه لكن حال دون ذلك وكانت آخر محاولة سنة 1994. كان يقضي هذا القانون على السياسيين أو القائمين على البث بإيجاد نقاط الاختلاف على المواضيع المهمة. أي تشجيع الرأي والرأي الآخر عبر الهواء كما يلزم وسائل البث أن تبذل كل ما في وسعها من أجل خلق مساحة، للآراء المعارضة، نفس الوقت المخصص للآراء الأخرى. لكن هذا لم يحدث في نفس الوقت الواحد، فحالوا القائمين على البث تدارك الآراء المعارضة المتأخرة ولم يقر هذا المبدأ بعدالة الوقت أبدا.

تنظيم تلفزيون الكابل.

إن فلسفة تنظيم تلفزيون الكابل من طرف الكونغرس و(F.C.C) قد عرفت عدة تغيرات عبر السنين، وأظهرت نتائج جد عريضة عبر المعمورة، فمثلا الخمسينات، أصدرت (FCC) تعليمة مفادها لا قانونية لنظام الكابل، إلا أن هذه التعليمة غيرت في الستينات، (عندما صدرت مجموعة من التعليمات في شكل قانون يقضي في التحكم في النمو السريع لهذا الوسيط.

ففي سنة 1972 أصبح قانون مراقبة والتحكم في نظام الكابل في كتب (F.C.C) ومع التماشي الصناعي لنظام الكابل، أستطاع إفراز تقدم كبير، مع مجيء إدارة الرئيس " ريغان" الذي نزع أو حقق التحكم في نظام الكابل، كان ذلك سنة 1980.

تزامن ذلك بتمرير الكونغرس لقانون سياسة الإتصال الكابلي سنة 1984، هذا القانون منح لمستعملي نظام الكابل حرية كبيرة، مع الحق في تقرير ماهية القنوات التي يحملونها على النظام الكابلي، أعطى هذا القانون الحق للولايات والحكومات المحلية، في منح حق الإمتياز.

وفي السنين المتتالية لهذا القانون، عرفت ارتفاع عدد الشكاوي من المستهلكين من قرار ارتفاع أسعار نظام الكابل مما أدى إلى إلغاء الكونغرس لهذا القانون، وإعطاء الصلاحيات لـ (F.C.C) في تحديد أسعار الكابل،

كان ذلك سنة 1992. كما أرغمت (F.C.C) محطات الكابل على حمل إشارة القناة التي تحملها، في السوق سمحت للمحطات التجارية بطلب التعويض من محطات نظام الكابل، وفعلا أدى هذا القانون إلى تدني أسعار نظام الكابل، مثلما نصت عليه (F.C.C) أي نزلت الأسعار بـ 17% وأدى كذلك إلى اندماج شركة (Giant.T.ci) مع شركة (Bell, Atlamh) لأن أغلب الشركات الهاتفية فكرت بأن نظام الكابل قد اندثر ولم يعد كما كان عليه في السابق، وكنتيجة كذلك فإن إرغام (F.C.C) نظام الكابل على حمل هذا إشارة القنوات التي يحملها، أحبطته المحكمة العليا بأنه يتنافى والتعديل الأول من الدستور الأمريكي، وأقرت المحكمة العليا، الحق في تدقق المعلومات، ليس حكرا على الشركات الكبرى فقط، وأن على الكونغرس ضمان ذلك الحق، مع إثنيين أي القنوات التي يجب أن تحمل على نظام الكابل.

قانون وسائل الإتصال السلوكية ولا سلوكية 1996.

جاء قانون وسائل الاتصال السلوكية ولاسلوكية لحل عدة مشاكل عالقة في ميدان الاتصال، خاصة مع ظهور الطرق السيارة للمعلومات، وتعاضم شركات الإعلام والاتصال، أرغمت الكونغرس على التفكير في وصنع هذا القانون الذي كان بمثابة ثمرة كفاح عسير، لشركات الإعلام من جهة والمحكمة العليا من جهة أخرى.

جاءت بنود هذا القانون كالتالي:

- الغاء حدود العدد الإجمالي من المحطات الإذاعية التي يمكن أن يملكها شخص واحد إلى أكثر من ثمانية محطات التي يمكن أن تمتلك تحت إشارة واحدة في السوق.
- إلغاء محدودية العدد الإجمالي في المحطات التلفزيونية التي تكون مملوكة كالمحطات التي لا يمكن لها الوصول إلى 35% من تلفزيونات البيوت عبر الوطن.
- تمديد صلاحية رخصة البث إلى ثمانية سنوات.
- السماح لشركات الهاتف إلى الولوج في عالم أعمال التلفزيون الكابلي .
- السماح للشركات تلفزيون ذو نظام الكابلي إلى الاستثمار في عالم الهاتف.
- إلغاء العمل بتنظيم وتحديد أسعار النظام الكابلي.
- تفويض صانعي أطبق التلفزيون بالقدرة على غلق البرامج غير المرغوب فيها بتشفيرها الذي يسمى بـ

(Vchip).

- تفويض التلفزيون الصناعي بعرض أو تقديم نظام ضريبي طوعي للعنف، والجنس، ومواد الفحش.
- وفي الأخير جاء قانون الأداب: الذي عرف بـ (C.D.A) أي (The Communication Decenc Act) تعبر جزءا مهما في قانون وسائل الاتصال يعمل على إيقاف نقل أو إرسال لها أي اليورنوغرافيا والمواد غير المستحبة عبر الانترنت إلى الأطفال دون الثمانية عشر سنة.

وضع هذا القانون مدة لمؤسسات التلفزيون الكابل والعادي مدة تكوين لجنة من القائمين على البث متطوعة تقوم بتسيير البرامج وإذا فشلت، تقوم في مكانها (FCC) بإنشاء مجلس استشاري ليقوم بهذه المهمة. وإجتمع أصحاب صناعة التلفزيون على هذا العمل، بإعتباره غير دستوري، وتجمع كلا من أصحاب تلفزيون الكابل والبث العادي وقاموا بوضع أسس للتسعيرة ومعايير، في مجال الصورة المتحركة، ووضع نظام خاص يعرف من خلاله البرنامج وهو كالاتي: (TVY) يعني هذا بأنه صالح لكل الأطفال. و (TVG) يعني بأن البرنامج صالح لكل المشاهدين.

أما (TVPG) يعني بأن العرض يحمل بعض اللقطات لا يتقبلها بعض الآباء لأولادهم، الذين أعمارهم أقل من 14 سنة.

أما بالنسبة (TVMA) وهو يعني بأن العرض غير مناسب للذين أقل من 17 سنة.

إلا أن هذا النظام لم يلق حماساً لدى غالبية الوالدين، والجماعات العمومية.

وكان يعاب على هذا القانون بأنه يحمل هذه العلامات فقط في بداية العرض. - واستجابة للضغط من طرف الجماعات الضاغطة وكذا الكونغرس من جهة، أعاد أصحاب التلفزيون الصناعي النظر في تمييز محتوى البرامج على النحو التالي:

البرنامج الذي يحمل رمز «S» يعني أنه برنامج يحمل مادة جنسية أو محتوى جنسي.

البرنامج الذي يحمل رمز (V) أنه يحتوي على عنف.

البرنامج الذي يحمل رمز (L) يعني يحمل لغة قوية.

البرنامج الذي يحمل رمز (D) بأن يحتوي على تلميح بالموجون أي يجعل حوار موحوي.

البرنامج الذي يحمل رمز (FV) يعني أن العرض يحتوي على تقديم عنف خيالي في بداية العرض في تلفزيون من فيه (TVX7) ويبقى هذا الرمز مدة طويلة على حافة شاشة التلفزيون، إلا شبكة "NBC" رفضت هذا التنظيم بإعتباره تطفل على حرية الكلام.

بالرغم من أن الدستور الأمريكي حول الصحافة الحرة المطلقة خاصة في التعديل الأول إلا المظلة التي تحمي تحتها حرية التعبير والصحافة لا تستطيع حماية الصحافة من الخوض فيمايلي:

- الآراء غير الأخلاقية.

- القذف والتشهير.

- نشر معلومات تمس الأمن القومي.

- نشر آراء ومعتقدات كاذبة.

- نشر معلومات تؤذي السمعة الشخصية أي الخصوصية.

فالصحافة الأمريكية إذا خاصمت في أمر في هذه الأمور رفعت ضدها دعوة قضائية تمثل أمام المحكمة.

فمثلا رفعت الفنانة بونت ونجمة الهوليهود دعوة قضائية ضد جريدة ناسيونال " إنكوايرر " جراء نشر الأخيرة مقالا يصف فيه الفنانة بأنها كانت في حالة سكر في أحد المطاعم الفاخرة. بالرغم أن هذه الجريدة كانت اعتادت على نشر النميمة في شخصيات الهوليهود ولم يبال أحد، لكن هذه المرة امتثلت الجريدة أمام المحكمة بتهمة القذف وفعلا حصلت " بونت " علة تعويض من الجريدة قدرة 800 ألف دولار.

وهذه عينة من كل المؤسسات الإعلامية التي نفسها تواجه القذف.

فالقذف في الفلسفة الأمريكية هو إذا قام شخص بتجريح آخر على صفحات الجرائد بدون أساس قانوني سليم، ففي هذه الحالة يكون الصحفي، قد اقرتف القذف مع مؤسسته التي ينتمي إليها فهذا يتحمل المسؤولية الكاملة⁽¹⁾.

وإذا قام الصحفي بالنقل نفسه على الهواء فهذا إفتراء، أو قذف أو سب شفهي أما إذا وجد نص مكتوب للمادة المذاعة فالمخالفة هي القذف، كما أن هناك نوعان من الدفاع ضد تهمة القذف، وأقوى هذا النوعان هو الحقيقة التي يمكن إثباتها، والنوع الثاني هو الميزة أو الحق، أي أن المادة التحريرية تقوم على سرد عادل وحقيقي لما جرى، والمهم في كلتا الحالتين هو إتيان أنه لم تكن هناك نية تعمد الأذي.

إن قوانين القذف تختلف من ولاية إلى أخرى، فليس هناك تعريف ثاني، أو تعريف إجرائي موحد، ولم تقوم دائما المحكمة العليا في الولايات المتحدة بتوضيح بعض القضايا وأحيانا ما كانت تفسيرات المحكمة العليا، تفسيرات غامضة يصعب فهمها.

ولنأخذ على سبيل المثال تعريف ولاية نيويورك للقذف قسم 1340 في قانون العقوبات كالتالي:

" إن النشر الذي يتعمد الذي ويأخذ شكل الكتابة أو التصوير أو يأخذ شكل الرمز أو علامة ما أو يشبه ذلك وهو يختلف عن التعبير الشفهي، والذي يعرض أي شخص حتى ذكر شخص ميت للكراهية أو للاختيار أو للسخرية أو للعار أو الذي يسبب، أو يؤدي إلى تجنب الشخص والابتعاد عنه أو الذي تتوفر لديه نية الإيذاء لشخص أو شركة أو مجموعة من الأفراد في عمله أو عملهم أو في مهنته أو مهنتهم يعد قذفا"⁽²⁾.

- ماهي عقوبة القذف؟

القذف المدني إن درجة أغلب القضايا تكون في التعدي على حقوق الشخص. وهو نادرا ما يحدث شكل جريمة ضد دولة.

في حالة ثبوت القذف المدني قد يحكم بتعويض عام عن الخسائر ويبين على المدعي إثبات حدوث خسائر مادية.

(1) سليمان جازع الشمري، الصحافة والقانون في العالم العربي والولايات المتحدة الدرا الدولية للنشر والتوزيع، مصر، ص 420.

(2). المرجع نفسه، ص 122.

وإذا حدثت خسائر مادية يحكم بالتعويض لهذه الخسائر، وهو في غالب الأحيان يصعب إثبات الخسائر المادية في قضية قذف.

وإذا أثبت نية الأذى في قضية القذف المدعي فيكون التعويض باهض وليس على المدعي إثبات نية الأذى بالصورة، ففي هذه الحالة تكون العقوبات جسيمة.

أما في حالة القذف الجنائي عندما تكون الدولة هي المدعي، فالعقوبة قد تكون الغرامة والحكم بالسجن في حالة الأفراد.

وعلى هذا الأساس يعتبر الإنصاف أفضل سياسة ينتهجها الصحفي، وهي " أن يحكيها كما هي " كما أن هناك وقاية يجب على الصحفي الالتزام بها قبل الوقوع في القذف، انطلاقاً من أن الوقاية خير من العلاج، حيث يقول لويسد. يوماري رئيس التحرير التنفيذي الأسيو يشا برس Association Press: " جزء من الإستعدادات التي تجري عندما يكون هناك احتمال أن يصبح موضوعاً ما سبباً في قضية قذف هو أن نجيب على بعض الأسئلة التي تبدأ " ماذا لو " كصحفيين وليس كمحاميين؟.

- ماذا لو رفعت علينا قضية؟ هل نستطيع أن نعتمد على المصدر الذي أمدني بالمعلومات الخاصة؟
- ماذا لو أنني اضطررت أن أعتمد دعماً من جهة أخرى؟ فهل لدى الدليل الذي سوف أحتاج إليه؟
- ماذا لو أن المحكمة طلبت الإطلاع على مذكراتي؟ ماهي الخطوات التي يجب أن تتخذها لحماية مصالحنا؟

- ماذا لو أننا اتهمنا بالتهور، فهل أستطيع أن أظهر مدى الإهتمام الذي أبديناه قبل نشر القصة؟⁽¹⁾

هل هناك صحفيون يزج بهم في السجن في الولايات المتحدة الأمريكية؟

هناك احتمالات أن يطلب القاضي من الصحفي الإطلاع على المذكرات وقد يأمر بسجنه عند إحتقاره لهيئة المحكمة عندما يطلب تسليم المذكرات ويرفض ذلك، مما أثار ردود أفعال خاصة عند الصحفيين الكبار وتقدم نصيحة لزملائهم لتدمير المذكرات وإتلافها تجاه المواقف الحساسة.

أو من الأحسن تسليم هذه المادة لإدارة الشركة وهي تتعامل مع المشكلة سواء كانت هذه المذكرات مدونة على كراسة أو شرائط فيديو أو صوراً أو أفلاماً.

فالمذكرات أحياناً تدعم موقف الصحفي ولكن في أغلب الأحيان ينظر إليها على أنها تؤكد تورطه في القذف.

وعلى العموم في القذف المدني لا يذهب الصحفي إلى السجن إلا إذا احتقر الهيئة النظامية وهي المحكمة. وغالباً ما يغرم بغرامة مالية دون الزج به في السجن، وهذه الغرامة المالية جانباً منها يذهب لخزينة الدولة، والجانب

(1) سليمان يازع الشمري، المرجع السابق، ص 125.

الأخر يدفعه إلى المحامي الذي يتبنى قضيته. مع العلم أن الغرامة تكون موجّهة للصحفي الذي تورط في قضية القذف ولكن في الحقيقة المؤسسة هي التي تقوم بذلك.

خطر COATION :

لقد تعلم الصحفيون من تجارب الماضي وأصبحوا يعرفون بأن بعض قضايا القذف التي يصعب الدفاع عنها هي:

1-الهجوم على شخصية الفرد:

أن يطلق لفظ مجنون على شخص لم يدخل مصلحة الأمراض العقلية.
أن يكتب على شخص صالح بأنه سكير أو يستعمل الأقراص المهلوسة.
الحديث عن شخص عفيف أو الإيحاء إليه بأنه منحرف.
أن يكتب صحفي عن شخص بأنه انفصل عن زوجته والحادث لم يحدث.

2-التهم الجنائية :

الإدعاء كل شخص بأنه اعترف بجريمة القتل في حين أدلى بأقواله لدى الشرطة (تجنب الاعتراف)
أن يخلط الصحفي بين إسم شخص ومجرم له نفس الإسم .
أن يخلط الصحفي في فهم الإتهام يفعل شيء خطأ على أنه حكم بالإدانة على جريمة لم يصدر فيها الحكم بعد.
أن يكتب الصحفي على شخص ألقى القبض عليه في حين أنه ضمن مجموعة الإستجواب.
أن يعتمد الصحفي على تقارير الشرطة، ومحاضر الإستجواب إلا بعد أن تصبح لدى السجل الرسمي لدى المحكمة.

3-الأخطاء المالية:

أن يوصف شخص بأنه أفلس في حين أنه غير ذلك.
أن يؤذي الصحفي أنسانا في مهمته التجارية فسيب له إفلاسا أو خسارة مالية.
أن يشن هجوما على إنسان بأنه غير قادر على كسب رزقه.
أن يحط من شأن إنسان بحيث يسبب ضررا يدمر مصدقته من خلال السخرية به.

4- أخطاء الإجراءات :

أن يعلن الصحفي الإجراءات القضائية قد إتخذت في حين أن الشكوى لم تقدم للقضاء، وهذه الحالات كثيرة عند الطلاق وبعد ذلك يكشف بأنه تمت التسوية بالتراضي⁽¹⁾.
تكرار نشر القذف في غياب أرضية قانونية تحميه.
الاستشهاد الخاطيء بسجلات المحكمة.
إتهام شخص بأن له سجل جنائي، في حين لم يسجل.

(1)-. سليمان يازع الشمري، المرجع السابق، ص 129.

إحداث نعي شخص مازال حيا.

5-الكلمات الضارة :

مثلا يطلق كلمة في غير محلها كلمة دجال أو ساحر على طبيب أو محامي وكذلك إطلاق لكلمة زنديق أو كافر على رجل دين، أو كلمة جاهل على شخص عالم.

وعلى هذا وضع الصحفيون مجموعة من الكلمات التي يجب تحاشيها وهي: كذاب، وغد، مجنون، شرير، نصاب، حرامي، مزيف، الواشي، مزور، عاهرة، لص، خطاف، فتاة لعوب، مختصب، غبي، محدود الذكاء، خريج سجون، وغد لا أخلاق له، بلا عقل مشرد.

هذه القائمة من الكلمات إذا تعمدتها الصحفي وإستعمالها في غير محلها حتما سيجد نفسه أمام جريمة القذف لأن الأشخاص محميين في إطار السجل العام الذي يمنح الحماية.

ويسود إعتقاد لدى الصحفيين بأنهم يخاطرون بإستعمال هذه الكلمات على الشخصيات ذات السجلات الجنائية، واللصوص، العاهرات وبائعات الهوى والمجانين لأنهم لا يخافون من المتابعة بحق القذف.

وحتى الموتى والشركات لهم الحق في قائمة حق القذف، لكن الصحفيين لا يبالون بذلك، فالموتى لا يقاضون في إعتقاد الصحفيين ولكن الورثة لهم الحق في المقاضاة. كما للشركات والحق في المقاضاة ضد القذف لكن في أغلب الأحيان المحكمة توازي في هذه القضايا من حيث التعمد والخطأ والضرر الملحق بذلك.

طرق الدفاع ضد قضايا القذف.

إن قضايا القذف تزداد بشكل قوي ضد وسائل الإعلام، والأهم عند الصحفيين هو كيفية الدفاع عن أنفسهم، ولكي يدافع الصحفي عن نفسه يجب أن يكون على الحق أي الدفاع عن الحقيقة، ولكي يثبت ذلك يجب تقديم أدلة مادية حتى تظهر مدى صدق الصحيفة، وليس إظهار ما كتب أنه حق ولكن الإتيان بالأدلة الحقيقية لأن هيئة المحكمة تطلب ذلك. وكل الولايات تعمل بهذه الطريقة وهي الدليل على النية السيئة عند النشر، فلا يوجد مثل الحقيقة التي يمكن إتيانها كأفضل دفاع في قضية القذف.

وكان فاز بها "جون بيترزجر" في ولاية نيويورك في قضية القذف التي رفعت في عام 1935 والتي أصبحت علامة مميزة من أجل الصراع لنيل حرية الصحافة، واليوم تظل الحقيقة هي الدفاع ضد تهمة القذف وتظل أحد الأعمدة التي تدعم التعديل الأول في الدستور الخاص بحرية الصحافة.

كما يجب على المدعي إثبات العكس ما نشر في حقه، وعلى الصحفي الإتيان بالدليل الوثائقي المدعم بشهادة الشهود، وعلى المحكمة أن تفحص خلفية المدعي عند نقص الأدلة.

إمتداد الحماية القانونية.

يقوم هذا الدفاع على سياسة عامة، وهي تسجيل أن من حق الناس الحصول على تقرير منصف وحققيقي لإجراءات القضاء والهيئات التشريعية والهيئات الأخرى الرسمية وأيضا على الأغلب وليس كل الموظفين الرسميين.

إن إحدى التعريفات الثانية للحماية القانونية تقع في الجزء رقم 337 لقانون الممارسة بمدينة ولاية نيويورك⁽¹⁾.

لا يتخذ إجراء مدني ضد أي شخص أو شركة أو هيئة تنشر تقريرا منصفًا وحققيا لأي إجراء قانوني أو تنشر أي موضوع لتقرير حقيقي ومنصف للتصريح المستور. وهذا إجراء لا ينطبق على القذف الموجود في أي مادة أخرى مكتوبة أضافها أي شخص آخر مسؤول عن النشر، أو في أي تقرير عن أي شرح ذكر في نفس المكان أو الزمان التي جرت فيه الإجراءات القانونية والتي تعد جزءا من الإجراءات.

السجل العام : يختلف من ولاية إلى أخرى، فمثلا ولاية نيويورك تعتبر السجل العام عندها، وهي القضايا المسجلة فقط لدى المحكمة، أما بعض الولايات تعتبر الأخذ بالمعلومات التي تصدر عن الأشخاص خارج عن الجلسات، كما أن تقارير الشرطة لا تغير من السجل العام ولذلك إذا اعتمد الصحفي على هذا فهد في مواجهة جريمة القذف.

الحق في تعليق المنصف: يجيز القانون لكتاب الإفتتاحيات والأعمدة والمقالات النقدية والمعلقون والإذاعيون، لحمياتهم ما يسمى الحق في التعليق المنصف من قضايا القذف طالما لا يوجد دليل على النية السيئة، يقوم الدفاع عن القذف هنا على سياسة عامة هي الحق في أن تعبر عن رأيك في هؤلاء الذين يقعون في دائرة الإهتمام العام. وعمد القانونيون إلى أن الحق في التعليق المنصف لا بد وأن ينحصر في إهتمامات الجماهير، لأنه يمثل شؤون الدولة وأفعال المؤسسات والجامعات والمستشفيات والمؤسسات الخيرية وغيرها.

ومن بين الذين يحركون النقد والتعليقات هي الشخصيات التي تستعمل مناصب عامة، أو الذين يسعون لمناصب عامة، والكتاب والممثلون والرياضيون والذين يعملون في مهن تجذب الإهتمام العام. ويحمي هؤلاء القانون الذي تحول دون التدخل في حياتهم الخاصة، إلا إذا أصبحت أفعالهم الشخصية ذات تأثير على وظائفهم العامة أو الذين يسعون لمناصب عامة، والكتاب والممثلون والرياضيون والذين يعملون في مهن تجذب الإهتمام العام، هؤلاء محميين بالقانون والذي يمنع من التدخل في حياتهم الخاصة، إلا إذا أصبحت تصرفاتهم توتر على المنصب المشغول.

الترجيح قاعدة نيويورك تايمز.

قد يتغير قانون القذف حسب الظروف والأحوال، فمثلا نأخذ على سبيل المثال القانون الخاص "بشأن الموظف العام" حيث أصدرت المحكمة العليا في عام 1964 برئاسة رئيس المحكمة العليا القاضي "إيرل واين" حكما قضائيا أعطى الصحافة دفاعا قويا في مواجهة قضية قذف الموظف العمومي".

(1)- د. سليمان يازع الشمري، المرجع السابق، ص 133.

وعلى هذا الأساس قامت جريدة نيويورك تايمز برفع قضية نقض ضد حكم صدر من محلفي ولاية "الاباما" غرامة مالية قدرها 500 ألف دولار في قضية كذب لصالح ل.ب. "سوليفان" الذي كان يشغل منصبا المسؤول عن الأمن الصناعي والمديني في مدينة ألاباما وكان "سوليفان" إشتكى أنه تضرر من خلال الكلام الذي نشرته الجريدة المذكور ضده⁽¹⁾.

إلا أنه المحكمة العليا أصدرت الحكم لصالح جريدة نيويورك تايمز، ولهذا فإن القانون الفيدرالي لمنع الشخصيات التي تشغل مناصب عامة من طلب التعويض إلا من جراء الزيف الذي ينشر ضده، إلا إذا ثبت أنه بسوء نية.

القانون الخاص بالشخصية العامة.

مع بداية مطلع 1971 توسعت المحكمة العليا في تغيير القانون الخاص بالشخصية العامة. فمثلا رفع المواطن "روز نيلوم" دعوة ضد محطة ميتروديا، واستأنفت المحطة القضية التي صدرت ضدها وحصلت على الحكم لصالحها الذي كان قدره 750 ألف دولار، جاء الحكم على أن الشاكي هو مواطن عادي إشتراك في أذى إهتمام عام" وطلبت لمحكمة من الشاكي أن يبين النية السيئة، وعدم الإلتفاف للحقيقة، نتيجة إهمال وأنه لم يفعل ذلك للعلم أن الذي رفع الدعوة هو موزع مجلة القراء.

وجاء الحكم كالتالي "إن القاعدة الدستورية التي تمنع الصحافة من تغطية وجهات نظر وأنشطة الفرد العادي تفهم بصورة ضيقة للغاية بمصالح هذا الفرد العادي. هذا الحكم رأى فيه المتتبعون بأنها خطوة نحو الليبرالية.

تصنيف قاعدة نيويورك تايمز.

لقد كان رئيس المحكمة العليا آنذاك الذي سبق ذكره آنفا وارس إي يرجر " وهو رجل محافظ أرجع الأمور في الاتجاه المعاكس حينما أصدر حكما في القضية المرفوعة بين جرش وشركة " روبرت ولش سنة 1974، وتم إقرار الحكم بدون وجود دليل على سوء النية، وعليه أصدرت المحكمة العليا حكما بأنه على الفرد العادي المشاركة في الحياة العامة فقط أن يظهر بعض الخطأ، أو ربما إهمال من جانب المؤسسة الصحفية المتهمه، عليه كسب المحامي المرجوتس كسب تعويضا قدره 50 ألف دولار ضد جمعية جون بيرش. للنشر في القضية التي تقدمت بها شركة وش.

وبعد مرور عامين أبدت المحكمة الدستورية أنها ستكون أكثر تقييدا في تعريفها لما هو مقصود " بالشخصية العامة"

وحدث ذلك في القضية المرفوعة بين شركة تايمز ضد "ماري فايرستون" عندما كتب التايم أن السيدة فايرستون الباردة، إجتماعيا قد طلقت بسبب القسوة الشديدة والزنا" ولكن الحقيقة كانت العكس، فالسيدة

(1)-. سليمان جازع الشمري، المرجع السابق، ص 136.

فايرستون لم تهتم بالزنا ولقد منحها المحكمة في ولاية فلوريدا مبلغا قدرة 100 ألف دولار، وجاء في الحكم أنها فرد عادي ولم يكن عليها أن تبث سوء النية ولكن عليها أن تبث أن هناك خطأ .

وأيدت المحكمة الدستورية الحكم بالرغم من اعتراض " التايم " بأن السيدة فايرستون كانت معروفة وعقدت مؤتمرات صحفية ولذلك كانت معروفة وبشخصية عامة⁽¹⁾.

ولقد حذر المحامي " ألن يو " "شوارتس" وهو محامي معروف بأن قضية فايرستون، تحد بشدة من التعريف القانوني

كما يعتبر شخصية عامة، وأخبر الصحفيون على الفور بأنهم يقفون على أرض هشة إذا إعتمدوا عليها. وعلى ذلك أمر سهل أن ثبت الخطأ في قضية المواطن العادي على أن تظهر النية السيئة ضد الشخصية العامة.

ماهي الدفاعات الأخرى؟

هناك دفاعات أخرى موجودة في قضايا القذف وأقل إستخداما، وهي كالتالي:

- النشر بعد الحصول على موافقة الشخص الذي رفع القذف.

- نشر مادة قذف دفاعا عن النفس.

- اكتساب حماية نتيجة للمشاركة في جلسات إستماع.

مركز معلومات القذف.

قامت ما يربو من عشرين مؤسسة صحفية وشركات تأمين ضد القذف من تكوين مركز الدفاع ضد القذف، بعد أن قام المحلفون بنشر الرعب بين أصحاب المهنة بإصدارهم أحكاما بالقذف قدرة 9.6 مليون دولار في حق (صحيفة التون تلجراف) في ولاية النيوي. حيث يحتوي هذا المركز على كل المعلومات والخدمات البحثية المتعلقة بالحكم الموجود في جناح 3460 مركز روكفلر في مدينة نيويورك .

الدفاع الجزئي ضد القذف.

إن في حالة غياب دفاع كامل في مواجهة قضية قذف، فإن أفضل شيء هو نشر تصحيح أو إعتذار، أما الخطوة الثانية هو محاولة تعليق الحكم.

وتوجد هناك عشر بدائل، ترى أنها تمثل أكثر الدفاعات الجزائية أهمية، والتي تستخدم في محاولة الإظهار أن المتهم والممثل في المؤسسة الإعلامية قد حاولت أن تقدم تقريرا منصفًا وحقيقيا بدون نية مبيتة.

- إن سلوك الشاكي أعطى سببا ومحتما لتصديق أن التهم حقيقية.

- راجت إشاعات أشبه بالتقرير الصحفي الذي أدى إلى رفع حالة القذف ولم ينكرها الشاكي.

- إن القذف جاء في تقرير أحد الوكالات الإعلامية للأبناء أو أي مصدر آخر محترم.

- إن شخصية الشاكي في عمومها شخصية سيئة.

(1) - سليمان جازع الشمري، المرجع السابق، ص 139.

- أن القذف جاء نتيجة للإتصال الذي حر كه الشاكي.
- أن القذف قد قيل للشاكي من قبل استخدامه ولم ينفه.
- أن القذف وقع في إحدى الحملات الإنتخابية أو السياسية.
- أن تصحيحا أو إعتذار قد وقع.
- أن القذف وقع إلى شخص آخر، يشبه الشخص الشاكي نفس الأسم والموصفات.
- أن القذف قد أشار إلى المصدر (أقوال الشرطة)، وأنه مجرد تكرار للمزاعم.

ماهي الحياة الخاصة، والخصوصية؟

لم تفوت المحاكم الفرصة للنظر في القضايا المتعلقة عن إقحام الصحافيين للحياة الخاصة للأشخاص أو المؤسسات والشركات، وينكرون الحصول على هذه المعلومات، فمثلا قضية قضت فيها محكمة الإستئناف لصالح طبيب أعشاب تعويضا قدره ألف 1000 دولار ضد مجلة لايف (Life) لأن إثنين من محرريها، ألحقوا ضرراً لمشاعره وصفائه الذهني.

حينما قام هذان الصحفيان بزيارة هذا الطبيب في تصرف مريض، وأخفوا كيبوتر هما، وأتحموه بأن يمارس الطب بدون ترخيص. بالرغم أنه لم يأت بالأدلة إلا أن ربح القضية لصالحه.

وعلى هذا الأساس وطبقا للتعريف الواسع للإجراء القانوني لإقحام الحياة الخاصة، فإن المحرر لا يستطيع أن يجرح أو يؤذي مشاعر الآخرين أو الهدوء الذهني بالأفراد بالتدخل في منازلهم أو مكانتهم، إستشهادا بقرار المحكمة فإن التعديل الأول في الدستور لم يكتب لكي يمنح الصحفيين المناعة من الأخطاء المدنية أو الجرائم التي ترتكب أثناء جمع الأخبار⁽¹⁾.

النية السيئة في قضايا الحياة الخاصة.

إذا ما حكم القانوني على وضع ما يمس الحياة الشخصية بأنه وضع (جديراخباريا) فالمحاكم قررت أن لا بد من وجود الضرر قبل الحكم على المحرر أو المؤسسة الصحفية، وهذه النقطة تمثل مجموعة كبيرة من القضايا التي تقع تحت طائلة قانون الخصوصية.

لقد جاءت مشكلة عائلة "هيل" سنة 1952 مع مجلة "تايم"، والتي حكمت فيها المحكمة الدستورية حكما ضد مجلة تايم بحجة، إقحام الخصوصية أي خصوصية المواطن، تضمن محتوى الدعوى التي رفعتها عائلة "هيل" بأن المجلة قدمت أسرة هيل بأنها أسرة خيالية، وقعت في أسر بعض المساجين في مسرحية "الساعات البائسة" ولقد وقعت عائلة هيل فعلا في أسر مجموعة من المساجين لمدة 19 ساعة، ولكن لم يصبهم أذى، إلا أن العائلة الخيالية تعرضت للتعذيب وحكمت المحكمة ضد عائلة هيل، لأنهم لم يأتوا بالأدلة التي تثبت النية السيئة من طرف المجلة. والعكس تماما حدث سنة 1974 عندما أقرت المحكمة العليا حكما قدره 20 ألف دولار

(1) - سليمان جازع الشمري، المرجع السابق، ص 143.

لصالح ماجريت ماي كاترول أرملة رجل مات في حادث إنهيار جسر ضد صحيفة "كليفلاند بلين ديالار" لإقتحامها خصوصية السيدة المذكورة.

صاحب المقال زار بيت السيدة ماجريت وكتب مقالا يدعي فيه أنه زارها في بيتها وأنها تعيش في فقر مدقع مع أولادها، وعند التحرري أثبت العكس تبين بأن الصحفي تعمد النية السيئة. وحكمت المحكمة بأن الصحيفة قدمت السيدة في صورة مزيفة. على هذا الأساس لما يتعلق الأمر بالخصوصية بأن على الصحفي تحري الحقيقة، لأن تصوير الناس في صورة مزيفة من خلال المعرفة أو عدم تحري الحقيقة، شيئا خطيلاً .

قول الحقيقة في قضايا الخصوصية.

أظهرت المحكمة العليا بأن الوثائق غير المصرح بتداولها يمكن أن تستخدم كدفاع عن قضايا الخصوصية طالما تضمنت معلومات حقيقة، أما بالنسبة لإستخدام أسماء ضحايا الإغتصاب فإن مؤسسات صحفية نادرة هي التي تفعل ذلك ؟.

المحرر والقضايا العادلة.

أحيانا لا يسمح للصحفيين بالدخول إلى قاعة المحاكم، خاصة بعض جلسات للإستماع، ويعتمد الصحفيين على النظرية التي تقول بأن أعدل وأصدق تغطية إخبارية سوف تضر بشكل ما، حق المتهم في المحاكم العادلة، إن إهتمام الصحفي بنشر السرية، إهتمام في محله، ليقفوا ضد السرية التي فوق اللزوم، وأن يحجموا سوء استخدام العدالة.

لأن الذين وضعوا الدستور أرادوا في التعديل الأول ضمنا لحرية الصحافة، كما أرادوا كذلك في التعديل السادس ضمنا لمحاكم عادلة، وأن يتواجد الإثنان معا.

ولكن لا يفضل القضاء على الصحفيين من ناحية المساءلة وعليه فالتغطية المفتوحة للمحاكم يجب النظر فيها.

إغلاق المحاكم وتكريم الصحافة.

عمدت المحكمة العليا في منع دخول الصحافة إلى جلسات الإستماع في قضايا القتل، وبعض القضايا الأخرى، بأن الصحافة تعمل على شحن الجو وإرسال الدعاية السامة التي تجعل من المستحيل إجراء محاكم عادلة.

هل الصحفي يذهب إلى السجن؟

نعم كان ينظر للصحفي كالقديس له إمتياز خاص يعمل ما يشاء دون محاكمة، لأن المحكمة العليا كانت بالمرسأد، فقد أدخل مئات الصحفيين السجن، عندما طلبت منهم هيئة المحكمة الإدلاء بالمصدر، رفض

الصحفون، تم الزج بهم في السجون تحت قانون إهانة الهيئة المحلفة والإحتقار، إلا بعض المحاكم التي أبدت الحق للصحفي أن يحمي مصدره، المعلوماتي والإفشاء بالمصدر يعتبر خيانة".

إن الشعار الذي يقول " بأنك لا تستطيع أن تفعل ذلك" جاء من المحكمة العليا بقرارها الحاسم سنة 1972، في قضية يرانيرج ضد هيز، عندما أقرت المحكمة العليا بأن ليس من حق الصحفي طبقا للتعديل الأول من الدستور أن يرفض بأن يخبر هيئة كبار المحلفين، بأسماء مصادر السرية.

ومن جراء هذا القرار دخل كل من بول وأيرل برانزيرج الصحفي بجريدة " لوفيل كوريار جوربل" وأيرل كولدويل بجريدة النيويورك تايمز "وبول يابس من محطة "WTEV" أدخلوا السجن لأنهم احتقروا هيئة المحكمة برفضهم إفشاء السر عن المصدر.⁽¹⁾ وهنا بدأت المآسات الحقيقية للصحفيين:

ووصلت أقصى العقوبات إلى أربعين يوما قضاها محرر نيويورك تايمز مايرون فاربر، وغرامة مالية قدرها 258 ألف دولار، الذي رفض الإفشاء عن مصدر معلوماته في جريمة قتل.

بالرغم بأن المحكمة العليا مازالت تقر بأن على الصحفي أن يدلي بمصدر معلوماته، إلا أن ضغط الصحفيين جعل الإستجابة من بعض محاكم الإستئناف حيث وجدت ثمانية محاكم إستئناف من عشرة بأن للصحفي الحق في التكتم عن مصدر معلوماته، والإدلاء بالشهادة في القضايا الجنائية أو المدنية.

حيث يرى الصحفي الكبير دانيال شور في شبكة كولومبيا للإذاعة (CBS) بأ، خيانة المصدر الذي ظل قانونا مقدسا يعمل به الصحفي الأمريكي طيلة الحياة الصحفية يعتبر خسارة ليس للصحفي أو المؤسسة الإعلامية معا، إنما لكل الشعب الأمريكي، عندما يحجم الناس عن التعامل مع الصحفي.

إن هذا الضغط من المحاكم، واد هجوما مضادا في الصحافة، في خلق نوعا من الضغط على المحكمة، في اصدار قانونا يحمي الصحفي، ويعطي للصحفي الحق في حماية المصدر.

لكن فقط القلة من القضاة الذين بدأوا يعملون به، وأطلق على هذا القوانين إسم "أشعة الشمس"، والغرض منها هو جعل الإجتماعات الرسمية والعامه مفتوحة أمام الصحافة.

و ساعدت هذه القوانين على حماية حرية المعلومات التي تخدم الشعب الأمريكي إلا المعلومات التي تمس بالأمن القومي.

كما تمزج بين رجال القانون والصحافة (وهم الصحفيين والمحامين والقضاة ووضعوا مسودة تغير خطوط توجيهية للصحفي).

قصة جوش ولف.

وتبعاً لحماية الصحفي لمصدر معلوماته فقد أدخل الصحفي " جوش ولف" السجن لمدة ستة أشهر وهو رقم قياسي في تاريخ صحافة الولاية المتحدة الأمريكية، وهو صحفي ناشئ شاب 24 سنة مهتم بالمدونات

(1) سليمان جازع الشمري، المرجع السابق، ص 151.

الفيديو، وقبله الصحفية المخضرمة "جوديت ميلرالتى" أمضت 82 يوما بسجن فرجينيا لرفضها الإدلاء بشهادتها، في قضية تسريب المتورط فيها لويس ليبي المدير السابق لمكتب نائب الرئيس الأمريكي ديك تشيني، وكان في المقررات أن تبقي أكثر في السجن لولا إيفاد ليبي بالوعد و حررها من السجن بإعترافه.

وقضية ولف ليست جريمة ولكن لكونه رفض تسليم صور الفيديو التي ألتقطها أثناء المظاهرات ضد العوالة التي قامت في مدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، حيث رفض تسليمها إلى هيئة المحلفين، بكون مكتب المباحث الفيدرالي طلب الصور للإستعانة بها في الحصول معلومات حول المتظاهرين لكن الصحفي الشاب رفض ذلك.

والخوف ليس من المحكمة لأن في غالب الأحيان محاكم كاليفورنيا تتساهل مع الصحفي الذي يمتنع عن الإدلاء بمصدر معلوماته ولكن هذه المرة كانت مع المحكمة لأن الحكومة تدخلت بحجة أن المتظاهرين اصطدموا مع شرطة المدنية، وشرطة المدنية كانت تخضع لتدريب من طرف الحكومة ضد الإرهاب وبالتالي المواجهة كانت فيدرالية.

للعلم أن ولف كان قد تلقى جائزة جامس " مادسون" للصحافة بإعتباره أحسن صحفي عبر الأنترنت والفيديو لسنة 2006 تسلم جائزته وهو في السجن⁽¹⁾.

وفي إتفاقية واشنطن والتي تعتبر نموذجاً ، تم فيها تحذير الصحافة من إبداء الرأي قبل المحكمة قبل المحاكمة فيكون المتهم مذنباً أوبرئاً أو في شخصية أو الإعترافات أو أسانيد المتهم أو أي نوع من المعلومات التي قد تؤثر على الحكم قبل إصداره.

ولم يتم التطرق إلى الكتابة عن شخصية المتهم أو معلومات عن سيرته أو إسم الوكالة التي تقوم بالتحقيق وطرق إلقاء القبض على المتهم، فقط الخضوع إلى الدقة⁽²⁾.

التحرير ولأمن القومي.

عندما يشتكي الجنرال الأمريكي وهو من سلاح الجو بأن صاحب " العمود بوب كوسيددين " يقوم بإفساد الأمن القومي في قاعدة الطيران، في غضب عال وقال: ماذا أعمل مع هذا الرجل؟

رد عليه، الصحفي بنفس الصوت، لماذا لا تطلق عليه النار ايها الجنرال " لأن الصحفي بوب "يعتقد كما يعتقد نفسه الصحفيين بأن الحكومة لما تريد التستر عن أشياء تحجج بالمساس بالأمن القومي، وذلك ما حدث في عهد الرئيس نكسون^(*) عندما منع الصحفيين من التحقيق في قضية واطر قايت بأنها قضية عن الأمن القومي.

وكذلك الإتهام الذي وجه للصحفي جاك " أندرسون" الذي كشف عن أوراق تثبت بأن الولايات مالت في موقفها تجاه باكستان في الحرب الباكستانية الهندية في سنة 1971.

(1) جريدة الشرق الأوسط الأحد 18 أبريل 2007 العدد 10309.

(2) - سليمان جازع الشمري، الصحافة والقانون في العالم العربي والولايات المتحدة، مرجع سابق، ص 160.

(*) الرئيس الأمريكي ريتشارد نكسون، من الحزب الجمهوري وهو الرئيس السابع والثلاثون (1953-1961)

أما أهم حدث ظهر بهذا الخصوص وهو عام 1971 عندما نشرت نيويورك تايمز تقريرا موثقاً بوثائق تثبت بأن الولايات المتحدة وما دفع بها إلى حرب الفيتنام. مما جعل المحكمة العليا تصدر حكماً بأن الأمن القومي في خطر.

وعلى ذلك تم توقيف الطبع، وتمادت الواشنطن بوست في طبع بعض المقالات تدور حول نفس الموضوع، تدخلت المحكمة بسحب المقالات وظلت الجريدة تحت الرقابة لمدة خمسة عشر يوماً.

لكن المحكمة الدستورية تراجع عن مراقبة الصحف ومنعت الحكومة من ذلك وعلى هذا الأساس فإن الصحفي ليس له الحق أن يعث بالأمن القومي.

قضايا الجنس والقضايا المنافية للأداب.

يعتبر أهم قرار ضد القضايا المنافية للأداب هو ذلك القرار الذي اتخذته المحكمة الدستورية سنة 1973 الذي وضع " قيم المجتمع " الذي يحدد إذا كانت المادة المنشورة سواء كانت صورة أو مادة مذاعة تعد شيئاً منافياً للأداب، وقيم المجتمع قد عرفت بأنها آراء الأشخاص المعتدلين الذين يعيشون في المجتمع فيما ينشر في الجريدة أو في المجلة أو في كتاب أو في صورة أو في فيلم أو في برنامج تلفزيوني.

وتضمن القرار نفيًا من طرف المحكمة تطبق المفهوم العام الذي جاء به التعديل الأول من الدستور الذي أعطى تعريفًا كليًا وشاملاً للعمل المنافي للأداب، بأنه إذا أخذ ككل فإنه يثير النوازع الجنسية أو يباليغ في التعبير عن الأمور الجنسية أو يكون بدون ميزة أو عائد إجتماعي وأدبي.

وعلى هذا الأساس فإن مبدأ قيم المجتمع " هو الذي يحد من الإقتراب من الإباحية، ولكن دائماً تراعي قيم المجتمع، من المدن الكبرى على الصغرى وليس العكس، فمثلاً قيم المجتمع " في ولاية كنساس لا يمكن العمل بها في مدينة نيويورك والعكس صحيح.

المبحث الرابع: الرقابة والاحتكار.

التجريح واللا آداب في الصحافة الأمريكية.

لا تأذي؟ Don, T Harm⁽¹⁾ هذا المبدأ ظل يعمل به في ميدان الطب القديم والحديث، ومعناه لا تضر أو تلقي بالمريض إلى التهلكة في حالة ما دائما يحاول الطبيب التخفيف من حدة الألم والمرض لدى المريض مهما كانت أهمية وبلوغ الإصابة ولو كان حتما يؤدي إلى الموت. كما يعني لا تعمل أي عمل غلط أو عمل شيطاني إلى الآخرين، ولكن الإذابة في الميديا الأمريكية لا يستطيع تجاوزها ومثال على ذلك في النص المسرحي، حينما يكتب الكاتب النص المسرحي ويؤديه الممثل على الخشبة ويؤدي في دوره مؤسسة ما أو شخص مسؤول أو طبقة معينة. إلى تكمن المسؤولية ومن نعاقب المؤلف أو الممثل؟

وعلى كل المسرح مرآة المجتمع، ولكن على سبيل الذكر، فالصحفي أو المعلق أو المقرر حينما يؤدي فإنه يؤدي ويخرج المسئول المتهاون أو الهيئة التي لا تقوم بدورها في المجتمع. فالصحفي الأمريكي يؤدي ويخرج ما يشاء لكن عليه أن يوضح ويملك الأدلة عند استدعاء الأمر، مثل ما حدث مع الصحفي المعروف دان راثر من محطة CBS NEWS في برنامجه 60 دقيقة الذي اتهم الرئيس بوش الثاني بعدم تأديه الواجب في الخدمة الوطنية، وأنه فر من الحرس الوطني (الحدود) وكان كلامه مباشرة على الهواء، فاستناده على وثيقة سرية إليه من طرف مسؤول في الحزب الجمهوري، أيام الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004. ولكن عائلة بوش والحزب الجمهوري تدخلوا بخصوص ما قاله راثر وشهد جنرال بأنه يعرف بوش وأعطى الأدلة بوثائق رسمية إدارية بينت ذلك.

على عكس الوثيقة المزورة التي اعتمد عليها الصحفي راثر كلفته هذه القضية الاستقالة من المحطة التي عمل فيها أكثر في 35 سنة، لأنه اعتمد على ورقة أو وثيقة مكتوبة بجهاز الإعلام الآلي وفي الوقت الذي كان فيه الرئيس بوش في الحرس الوطني لا توجد هذه الآلة الرقمية، بل كانت آلة الكتابة القديمة.

كما أن القانون الأمريكي الخاص بالصحفي أنه يحمي مصدر معلوماته ويرجع الصحفيون الأمريكيون بأن التجريح واللاذابة أو القذف مسؤولية أخلاقية قبل كل شيء وعادة ما يحدث من جراء التهاون وعدم اللامبالاة. ونفهم من هذا بأن الصحافة الأمريكية كانت رسالتها هي العمل على نشر الوعي لدى الجماهير وتزويدهم بالمعلومات والأخبار دون تحريف أو تزييف كما أنها أداة للحوار الحضاري وديمقراطية الشعب الأمريكي والعالم كله فهل كان ذلك حقا

(1) The Vir Tuous Journalist : Stephe K Caidman Tom Lb New York Oxford University Press 1987 P 93.

إن الفكرة الأساسية لإنشاء الصحافة هي فكرة حقيقية مثالية، في لعب دور متميز في تطوير العقل البشري وتوفير المعلومات اللازمة حسب ما تراه مهما في المجتمع وهذا ما هو معروف أن على الصحافة أن تصنع جمهورا وقيما تعلوا بالمجتمع من الأسفل إلى الأعلى، أي الصحافة رسالتها هي أنها تصنع جمهورا ذوقا وليس الصحافة تكتب وتأتي بما يفكر فيه المجتمع، لا بد للصحافة أن تجعل المتلقي يرفع من مستواه إلى ما تراه الصحافة صائبا وعلى هذا الأساس فعلى رئيس التحرير أن يسأل نفسه قبل أن يضع المادة الإخبارية قيد التنفيذ، هل الجمهور يحتاج إلى هذه المادة التي سأنشرها؟ أو هل ستفيد هذه المادة القارئ الكريم؟

إذا كان الجواب نعم فالمادة الإخبارية جديدة بالنشر بكل فخر واعتزاز أحسن ما ينظر رئيس التحرير عناوينه العريضة على أرصفة الطرقات فيحط رأسه أمام سلطة الضمير المهني.

التحريض لدى الصحافة الأمريكية وخلق القلق.

تساهم الصحافة الأمريكية في التحريض وشحن الجمهور ضد عمل أو المساهمة في أخذ قرار معين مثال الحرب على الإرهاب حيث يقول الصحفي الأمريكي Michaelj.Orneill⁽¹⁾ وهو رئيس تحرير سابق ليومية نيويورك دايلي نيوز The New Yorkdaily News، " بأن الميديا الأمريكية لم تصبح الآن مجرد ملاحظ يتفرج على الأحداث أو رسولا ينقل الرسائل، ولكن أصبحت تقود الفاعلين في الحكومة، لكي يخلقون قوانين، ويشكلون الأحداث ويشوهون المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار، كما أصبحت تشحن وتنقل الصراعات الداخلية، وتضايق، وتتدخل في أية قضية داخلية أو خارجية، كما تشارك وتساهم في إدارة الأزمة وصناعة وتكوين السياسة الأمريكية وكل ما تقوم به الحكومة".

نفهم من الكلام أن للصحافة دور فاعل في القضايا المصيرية للدولة الأمريكية، فهي تساهم بشكل كبير في صناعة القرارات لدى الحكومة أو داخل دو اليب النظام، ثم تؤثر على الجمهور بمستوى القلق والذعر الذي يجعل الشارع يضغط على الحكومة لإصدار القرارات أو اتخاذ تدابير لازمة للقضية، وهناك تسهل للنظام اتخاذ القرار بدون الخوف من عواقب الوخيمة أو رجوع الصدى السلي الذي عادة ما يحدث عندما يرفض الشعب القرار الصادر عن العلبة السوداء.

كما أن للميديا التأثير^(*) الكبير في كيفية السيطرة على عواطف الجمهور في اختيار الممثل في الانتخابات والرؤساء.

تؤثر الميديا الأمريكية في القرارات والمسائل الحساسة، فمثلا عمدة نيويورك عندما فتح ملفا حول الفساد الصحفي والتزوير، الصحافتيخواصة نيوز تايمز لم تُعْطيه البال وتغاضت عنه صار حدثا عاديا، حتى التحقيقات الفدرالية لم تعيره اهتماما كبيرا، ولكن حينما يقول مساعد الرئيس الأمريكي إدارة الرئيس ستسحق إذا لم تعير

(1) Micheal J.O.Neill « Media Power and The Dangers of Mass information Naima Reports, Summer 1985,P32.

(*) شعار قناة فاكس نيوز: نحن نخبر وأنت تقرر . We report and you decide .

الأخبار التلفزيونية اهتماما؛ فهذا يعني أن السلطة الرابعة فعلا لها يد إلى جانب السلطات الثلاثة، مع العلم فأن 42% من الشعب يؤمن بما تأمر به الميديا.

الرقابة.

تبنيت الجمعية الأمريكية للمكتبات في سنة 1984؛ تعريفا للرقابة، قدم على شكل وصايا للحرب ضد الرقابة وتبنت⁽¹⁾ الجمعية الأمريكية للمكتبات وحرية المثقفين مجموعة من التعريفات للمصطلح المتعدد والمستعملة وذات المتغيرة للحوادث التي تستطيع أن تقود إلى الرقابة والتي حددت فيما يلي: هو التحول الفعلي لجملة من المواد التفتح للحق في الوصول إلى المعلومة أو تبليغها؛ و لا تكون هذه الشروط مرغوبا فيها؛ فكل الخروقات والانتهاكات التي تؤول دون أو حجب الحق في الحرية والكلام والصحافة . والتعريف الدقيق هو: "إزالة كل المواد والعراقيل التي تؤدي إلى عدم الولوج إلى مصادر المعلومات"

نصائح مهمة ضد الرقابة.

التركيز على الجانب الإيجابي: على كل إنسان أن يؤمن بأنه يعمل من أجل أجيال قادمة يجب أن تكبر وتنعم في الحرية والشفافية، ولا يجب أن يجهلوا واقعهم الذي يعيشونه؛ كما يجب أن يؤمن كل فرد بأننا يجب أن نقول ما نريد من اجل مواطنة جيدة.

لا تجعل كل حياتك وكأنك تعيش لاجئ: غالبية الأمريكيين يؤمنون ويجذون حرية التعبير والكلام؛ ففي دراسة سبر الآراء، قامت بها مجلة NEWS WEEK⁽²⁾ سنة 1990 وجد أن 75% يفضلون أن البالغين لهم الحق في الاطلاع والسماع لكل المواد التي تنال إعجابهم بمعنى أنه لا تصبح حرية التعبير مجرد امتياز يمنح؛ وإنما فعلا فضاء تمارس فيه الحق في الرأي والنقد والكلام، الاستقبال والإرسال.

أو بطريقة أخرى نذكر هذا: لا تنفع حرية الكلام وحدها، وإنما يجب حماية حرية الكلام، والتعبير الذي يساعد على انتشار أكثر للرأي والتعبير وإنتاج الموسيقى والأغاني والفن والشعر والسينما والأفلام . لا تؤمن الغش والخداع: لا تؤمن هؤلاء الذين يمارسون الرقابة، لأنهم لا يستعملون هذه المفردة ولا تدعهم يحتجون بأنهم لا يراقبون فإنهم يقيدون حرية التعبير.

الحرية ليست مجانا: يلعب الاقتصاد العصب الرئيسي في الرقابة، وعلى هذا الأساس من يمنح المراقبون أوقاتا أكثر للعمال في أماكن عملهم حتى لا يتسنى لهم الوقت لمحاربة الرقابة، ثم قم بإنشاء صندوق خاص، وأطبع به المعلومات المتعلقة بالرقابة وأنشرها حتى تضايق الرقابة.

أترك في نفسك روح الدعابة: دائما أترك نفسك متفائل في محاولة التعليق على الواقع بالهزل، والتكيف لأن المراقبون لا يملكون ذلك فتميز على غيرهم بالمداعبة وخفة الروح.

(1) Fifty Ways to fight Sencirsh pebxDave marsh Thunder's mouth press New york 1991 P 04.

(2) Dave marsh : Fifty ways To Fifget the Sencrishe Ibid P10.

تذكر الوصية بأن المراقبون ينسون كثيرا: من علامات الكذاب، أنه ينسي فأذهب وقول؛ قال المراقبون وصحح وقدم تعليقا شافيا يكشف الحقائق بذلك الصعاب وتميز عنهم بقول الحق والتوثيق وحاول أن تؤرخ بالزمان والمكان.

لا تبوح ولا تكذب: نظم ملتقيات وأفواج وأيام دراسية تحسسيه حول الرقابة وحاول أن تبحث عن الهجوم الفعلي على حرية الكلام، ومن أين يأتي ولا تقبل الإجابة البسيطة وتعلم تاريخ وماضي المراقبون. استغل الفرص من مصادر المعلومات: وذلك بتجهيز نفسك بالهاتف وآلة النسخ الفاكس أي استعمل نفس الأدوات التي يستعملها المراقبون.

اتصل بالمجموعات والأخرى التي تسكن في نفس منطقتك: خاصة التي لها اهتمامات في نفس الموضوع، حرية الصحافة، والكلام ولا تجعلهم فقط كمستشارين أو ملاحظين أشركهم في الأمر ووسع دائرة المعارف من الصحافيين والفنانين ورجال الدين.

وبناء على ما سبق نصل الى ماكتب Dave marsh والذي حدد خمسين طريقة لمحاربة الرقابة

فما همي أفضل الطرق لمحاربة الرقابة؟

تحدث Dave Marsh وأصدقائه عن طرق محاربة الرقابة فما هي؟

تحدث مطلقا: إن الكلام المنطوق هو أساس وجوه واجب شرعي يمتلكه لكل من له نية محاربة الرقابة، أو المواطن الصالح كما يطلق عليه في الولايات المتحدة الأمريكية ويتجلى ذلك فيما يلي:

تحدث عن الرقابة وأنواعها.

واجه السياسيين المحليين، المجالس الشعبية الولائية، البلدية، رؤساء المدارس السلطات، والشرطة ولكل من يمارس الرقابة، أسألم وأطلب التوضيح في الإجابة.

واضرب على حضور ملتقيات الرقابة، ولا تظهر نفسك وكأنك تراقبهم.

دعم حرية الكلام، كإقامة الأيام الإعلامية، والموسيقية وبادر بالتعاون والإرشاد.

سجل وانتخب: قد ترى بأن انتخابك ومشاركتك السياسية هي مساعدتك للنظام، ولكن العكس، سكوتك والانطواء على نفسك تجعل المسرح فارغ أمام الناس الضعفاء والفاشلين فعليك بالمشاركة السياسية للتعبير مهما كان نوع ديمقراطية الواقع.

إن الانتخابات المحلية هي أصدق من المشاركة في الرئاسيات أو البرلمان لأن السلطات المحلية هي الخلية الأقرب إلى ممارسة الرقابة من السلطات الوطنية الأخرى؛ كما الانتخاب حق شرعي وليس امتياز فقط، ولذلك التأثير في صناعة القرار، خاصة لما تكون هناك وعي ومشاركة واسعة.

ابعث الرسالة إلى النائب عن ولايتك في المجلس الكونغرس أو مجلس الأمة وأخبره بالانشغالات المحلية، وذكر السلطات المحلية بأن هناك إنسان مهذب وواعي يسكن هذه المنطقة، وتجنب الثرثرة والتكرار، واقتصر وآتي بالمفيد وأغتنم الفرصة للزيارات وحضور الندوات.

علم أولادك ما يجب أن يعرفون حول الرقابة: حاول قدر المستطاع أن تعلم أولادك حول الرقابة وآلياتها ومصدرها ومن يقوم بها، وحاول أن ترسل بالمقابلات إلى الصحافة المحلية.

اشترك في المكتبات المحلية: وحاول توجيههم في المادة التي يمكن يفتنوها والكتب والمجلات بطريقة مهذبة بحيث لا تحسسهم.

اجعل في الفن محاربة للرقابة: يمكن أن ترسم لوحات، أو أجسام صغيرة معبرة وكذا يمكن كتابة بعض الشعارات واللافتات على أقمصة وتبعها هذه اللافتات تحارب الرقابة؛ ومداد خيل هذه المعارض ترجع بالفائدة على صندوق محاربة الرقابة.

كما يمكن تعميم مواقع إلكترونية على الانترنت، وأشياء بسيطة ككتابة بعض النصائح والحكم على ملصقات صغيرة تشبه الطابع البريدي وتكتب عليها كذلك أسماء كتب مهمة مثال: أن أقرأ كتاب كذا⁽¹⁾ أو مثلاً جمعية الدفاع عن البيئة وحماية المحميات وغيرها.

تكلم عن الحرية، وحرية التعبير في المجموعات من الشباب في منطقتك.
أكتب رسالة إلى الجريدة المحلية التي تصدر بمنطقتك: أكتب رسالة قصيرة إلى الجريدة أو المجلة التي تصدر بمنطقتك تدافع فيها عن حرية التعبير، لأن أحيانا الصحف الوطنية يصعب الحصول على موقع فيها، لكن الصحف المحلية تقتصر إلى ذلك، فهي فرصة لتبليغ انشغالاتك.

اتصل وكلم محطاتك الإذاعية أثناء مناقشة بعض القضايا واطرح انشغالك: لا تبخل بإجراء مكالمات هاتفية إلى المحطة الجهوية القريبة منك وشارك بتدخل، لأن المذيع يلعب دور في أمريكا ويملك سماعه في كل مكان، وتعرف على صاحب البرنامج، كما لا تتكلم عبثاً، حضر كلاماً مفيداً وقدم حججاً وأدلة لأن هناك مستمعين ستصلهم الفكرة، ويمكن أن تريح تعاطف مقدم البرنامج الذي ربما سيضيف إضافات وتعليقات تجعلك توصل إلى فئة كبيرة من المستمعين.

دعم البائعين بالتفسيط الذين يدافعون عن الرقابة: قاطع كل بائع يدعم الرقابة، ودعم الآخرين الذين يدافعون ضده الرقابة، خاصة بائعي الكتب والمجلات والجرائد، وشرائط الفيديو والكسات والأقراص المضغوطة.
إقرأ أي شيء تقدر أن تحمله في يدك حول الرقابة: أجعل يدك مملوءة بكتاب أو مجلة حول الرقابة، حتى الأشياء التي يكتبونها أعداؤك المراقبون، وخاصة الكتب اليد أو الجيب الصغيرة⁽²⁾

(1) Dave marsh ;Fifty Ways to fight censorship ; Ibid P 19.

(2) Dave marsh Fifty Ways to fight censorship Ibid P 20.

جمع الكثير من المعلومات والأخبار في شكل مشبك من الورق حول الرقابة وقم بتوزيعها: تقوم بهذه العملية من أجل التحسيس أكثر والإشعار باليقظة، لأن كثير من الناس لا يدرون ماذا يحدث بجوارهم، ولذلك إنتشار وتوزيع المعلومات يجعل أكثر من حيلة وحذر، خاصة الشعب الأمريكي غالبته لا تدري ماذا يجري من حولها.

إشترى مسجل اليد وحارب التسجيل: لأن بعض الفنانين الذين يحاربون الرقابة، ألبوماتهم مرفوضة لدى البائعين.

أكتب أنشودة أو أغنية حول حرية التعبير تحذر فيها من خطورة الرقابة:
أكتب إلى رجالات السينما وقل لهم إلغاء الأسعار الباهضة عن السينما: حتى يتسنى لكل الناس من المشاهدة، الغاء الاحتكار.

شاهد البرامج التلفزيونية: أكتب إلى المحطات.

اتصل مع المحطات ومزودوا البرامج بالكابل، إذا كان يمارس عليهم أي ضغط من طرف المراقبين.

التحق في الاتحاد الأمريكي للحريات المدنية: تأسس هذا النادي 1925.

إنضم إلى نادي تحرير القراءة: الذي تأسس سنة 1969 من طرف الجمعية الأمريكية للمكتبيات

وقف المحومات والانتهاكات ضد الوقف الفني الوطني والآثار:

إنضم إلى المادة 19: المادة ال 19 تعني حقوق الإنسان وتعمل في معارضة الرقابة، حول العالم وهذه المادة مقتبسة من الإعلان العالمي للحريات وحقوق الإنسان، وتحرم هذه المادة في القانون الأمريكي الحكومة الأمنية التي تعمل أشياء في الرقابة وتدعي بأنها موجودة في أمريكا، ومقر هذه الجمعية بلندن، ويمكن لأي إنسان الاشتراك بـ 19 دولار أمريكي للحصول على المعلومات منها.

دعم الجمعية الأمريكية لبائع الكتب ومؤسسة حرية التعبير: تأسست هذه الجمعية سنة 1990.

تعرف على الجماعات المراقبة، وإقرأ أدياتهم وعرف بها الناس: أعرف عدوك.

تحقق وأبحث في عيوب هؤلاء المراقبون: في أمريكا رفع الضرائب أهم نقطة ضعف لدى الناس؛ فهذه نقطة مهمة جدا.

حاول كيف تجد الشروط الولائية أو الوطنية لشراء الكتب المدرسية والجريدة الرسمية:

الضفر بمكتب رسمي: وهذا ليس لمنصب رئيس فقط لتكون عضوا في جمعية أولياء التلاميذ، أو الجمعيات

أو عضو المجلس البلدي أو الولائي، أو لجنة مراقبة الانتخابات.

أكتب إلى الفنانون المفضلين عندك وإسألهم عن ماذا يمكن أن تقوم للحفاظ وحماية حرية التعبير: خاصة في

النشر والتوزيع للأفلام.

إجعل مكان للعرض بالفيديو لحيز المنطقة التي تسكن فيها الفوائد المتفرقة و المتعددة لحرية التعبير.

أكتب حول تجاربك الايجابية عن الفن: كيف الفن يؤدي رسالته.
أصبح طرف فاعلا في الانتخابات: وذلك بمساعدة وتوعية الناس للمشاركة في الانتخابات.
كون مجموعة تؤسس للإصلاح وتجذب السياسيين: ⁽¹⁾ تأكد أن السياسيين سيعرفون بأنك ستنتخب وأنهم يحتاجونك؛ وبين لهم بأن تحركاتك هي في خدمة حرية التعبير.
ابدأ تحرير إلتماس ضد الرقابة: قم بتحرير إلتماس أو عريضة من طرف مجموعة من المدافعين عن حرية التعبير وإرفعها إلى السلطات المعنية المحلية، والوطنية.
قم بمقاطعة الشركات وإنتاجها التي تساهم في صندوق المراقبين.
نظم الناس العاديون والمؤيدون ضد الرقابة: هؤلاء الناس يمكن أن يساعدك بأشياء كثيرة
إطبع رسالة إخبارية ضد الرقابة.
إتصل بالفنانين المحليين والجماعات المتفهمة وحاولوا أن تناقشوا مسألة إحداث حرية التعبير.
كن قدوة أولادك وجمعية أولياء التلاميذ لمحاربة الرقابة.
إتصل بالمحطات الإذاعية والتلفزيونية المحلية وإقترح مهرجانات للأفلام المراقبة أو الممنوعة.
إستعمل التلفزيونات والمحطات الإذاعية التي هي مجانا لتظهر اليقظة والتحذير لتكون في مقدمة حرية التعبير.

إنشأ إعلانات للخدمة العمومية وتكون عبر هواء الأثير.
صور محاكمة هزلية في الشكل مسرحية حول الرقابة.
تأكد من أن المدارس المحلية لها دروس حول حرية التعبير.
اتصل بالآخرين المعنيين بالرقابة / وضع ما ينتجون في شكل إشهار: ككتابة احذروا من هذا ؟
تحدث مع الأساتذة حول ما يستطيعون أن يفعلوه لضمان حرية التعبير.
حاصر المراقبين وحرص ضدهم.
إرفع دعوة قضائية على الأبناء غير الشرعيين: هؤلاء غير الشرعيين لا يستحون لهذا عليك بالتسلح بالقانون
خذ لحظة من الصمت، لكي تحفظ حرية التعبير: مثلا نظم يوم بدون فن أو لحظة " بدون كلام " حتى يعرف الناس عندما يعلق يوم واحد المتحف ودار الثقافة والمسرح والجريدة، وكل الفن ماذا يحدث في المجتمع وتنظم " لحظة دون كلام " يعرف الناس بأن الكلام مهم في الحياة.
نظم يوما للكلام: حتى ولو على مستوى قريتك.
حول الأشياء الرذيلة والمنبوذة إلى مسائل واقعية: مثلا المتشردين، البطالين، الحرب، التمييز، وحول أن تحولها إلى أشياء أو أمر واقعي، لأن المراقبون يستغلون هذه الأشياء أو أمر واقعي.

(1) Dave marsh Fifty Ways to fight censorship Ibid P 40.

كيف تشكل الميديا الأحداث؟

نقصد هنا بتشكيل الأحداث، ليس إحداث الأحداث، لكن كيف تصاغ الأحداث وتعطيها الشكل الملائم، أي قالب التي توضع فيها الأحداث، فتأخذ أشكالا مختلفة حسب هوى صانعي الأخبار والصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية.

فالقائمون على الميديا يختارون ماذا يحبون وكيف يحبون أن تكون الأحداث وتشكل كذلك أثرها ونتائجها في أذهان المتفرجين أو المتلقين.

ففي سنة 1959 كتب Douglas Kater⁽¹⁾ بأن الصحافة هي الفرع الرابع للحكومة منطلقات من حجة أن المحررين وغالبية صانعي الأخبار أحيانا ليسوا بالملاحظين فقط ولكن هم مشاركين للحكام في صناعة الأحداث والقرارات.

وبعد أربعين سنة على هذه النظرية التي جاء بها DOUGLAS جاء Timophy Cook ليوسع النظرية السابقة، حيث قال بأن "الصحافيين الأمريكيين ليسوا بجزء من السياسيين فحسب بل هم جزء من الحكومة"⁽²⁾. ومن جهة أخرى يمكن للصحافة أن تحرك الأحداث الداخلية أو إخراجها إلى الرأي العام، أي الصراعات السياسية التي تدور في دواليب الحكم أو النظام؛ بمعنى على الصحافيين أن يكون أطراف فاعلة في السياسة.

أما Wacter Lippman⁽³⁾ وهو من المشهورين في الميديا الأمريكية يصف الميديا الأمريكية بأنها تدور الرأي العام من الظلام إلى النور.

لكن ما يعاب على الميديا الأمريكية أنها تخلت عن مهمتها المنوطة وهي تنوير العقل والرأي العام بالمعلومات الحقيقية والكشف عن ما يجري في دهايز النظام، هي فشلها في مهمة أو قضية الانتخابات الأمريكية سنة 2000 في تلك في الساعات المبكرة في يوم الأربعاء الثامن نوفمبر 2000 عندما أفرزت النتائج بأن نائب الرئيس الأمريكي السابق ألقور قد فاز ب 267 من الأصوات مقابل 246 لمنافسيه بوش.

وهنا مارس الجمهوريون الرقابة وفرض السيطرة الكاملة لفرز الأصوات وذلك بإحضار خمسة قضاة لمحلفين ومحافظين^(*) من المحكمة العليا للإشراف على تحديد النتيجة، وذلك لإعطاء المصادقية للرأي العام الأمريكي، لأن الشعب الأمريكي يثق في العدالة كثيرا.

وإلى جانب استعمال المحكمة العليا في إنهاء الانتخابات، لجأ الجمهوريون إلى النخبة المعروفة من الصحفيين والناقدين في الشبكات الواسعة، والمعروفة، لإعلان النتائج النهائية لصالح بوش، وهنا يظهر الدور الذي لعبته النخبة من الصحافيين المناضلين في الحزب الجمهوري، بإعطاء شكل

(1) Douglas Cater, The fourth Branch of govermet Boston Houghton Mifflin 1959 ; P70

(2) Timothi Look, Gorrng With The news, Chigogo University of chigago Press 1998 ; P30.

(3) Walter Lippman ; Publicopinio ; New york Press 1990 ; P45.

(*) محافظون ينتمون إلى الحزب الجمهوري.

جديد للأحداث في تزييف الحقائق وإعلان النتائج لصالح الجمهوريين.

والفضيحة الثانية في الصحافة الأمريكية دائما في الانتخابات الرئاسية هي أن عملية الفرز لم تتطرق إلى الصناديق التي كانت خارج الولايات المتحدة الأمريكية، أي صناديق الاقتراع لدى الجيش والقواعد الأمريكية حول العالم لم يأخذ بها بحجة أن Gore ليس وطنيا كبوش (الرئيس الأمريكي 2001 الى 2009 كم هذه الفضيحة لم تتطرق إليها الميديا الأمريكية)⁽¹⁾.

وظهر بجلاء بأن الميديا الأمريكية لها اليد الكبرى في حيك القضية ؛ وذلك من خلال العرض الذي ظهرت به الصحافة الأمريكية صباح يوم الأحد، كجريدة New York Times والواشنطن بوست وبرنامج هذا الأسبوع على محطة ABC برنامج أوجه الأمة على محطة CBS ولقاء الصحافة على NBC. هذه البرامج القوية التي تعطي حصاد الأسبوع لم تظهر كالعادة، وظهر في ذلك أن الميديا تغيبت عن الحدث أو تغاضت معه؛ للمشاركة في القضية.

للعلم يقدر مشاهدي برامج العرض الصباحي ب 8.5 مليون مشاهد و8% في السكان الأمريكيين.

كيف أثرت هذه الشبكات في إعلان القرار الذي يقضي بفرز بوش على نظيره ألقور.

عندما أعلنت النتائج الانتخابية على الساعة 2:20 صباحا من 20 نوفمبر 2000 كانت التلفزيونات مفتوحة على القنوات الرئيسية والمتواجدة في خمسة ملايين بيت أمريكي، هؤلاء الذين مازالوا مستيقظين بمعنى أنهم يثقون في الأخبار أكثر والمحطات التلفزيونية⁽²⁾.

وبدأت العبارات الجذابة والبراقة مع صور الرئيس بوش من طرف النخبة الصحفية أمثال Peter, Tome, Dan, Brit, Brian وBernard من بين العبارات المستعملة، ك: بوش هو الرئيس، بوش هو الرئيس الثالث والأربعين.

وهذه الصور والعبارات بدأت تتردد على جميع القنوات والمحطات التلفزيونية والإذاعية من ذلك الليل.

فاندش مناصري Al Gore وظنوا أن الميديا تتهمك وتضحك بأن cowboys هم الذين سيحكمون الولايات المتحدة الأمريكية لكن مستشار Al Gore صدم عندما راح في ذهول تام يستمع إلى كلمات المناصر لهم الصحفي الكبير دان راثر صاحب برنامج 60 دقيقة CBS NEWS يقول: دعنا نعطي لهم تحية قلبية كبيرة ونرحب بهم في البيت الأبيض إنه جورج بوش.

هنا أدرك Al Gore بأن الصحافة فعلت فعلتها وأعلن عجزه أن يفعل أي شيء، واعتقد كليا بأن الرأي العام النخبوي قد تأثر بنداء الصحافة في العرض الصباحي.

(1) Bernard Goldgerg Bais ACBS Insider expose How The media Distore The News Medium cool inc 2002 Usa P 86.

(2) Kathleen Hall Jamieson and Paul Walman The Press effect Oxford University Press 2003 ; P 97.

حتى السناتور توم داشال قال "كيف يمكن أن يجري الرئيس مراسيم التنصيب مادام لم يفز في الانتخابات الشعبية الجماهيرية.

	العدد باليد	العدد بالآلة	
بوش	5.7%	75.2%	
القور	44.3%	21.5%	

وأظهرت النتائج الانتخابات لسنة 2000 مايلى:

فبدأت الميديا تركز فقط على أن بوش فاز بولاية فلوريدا بالرغم أنه فاز بانتخابات ELECTROLE COLLAGE النخبية⁽¹⁾.

وأكد العرض الخاص يوم صباح الأحد بأن بوش فاز بولاية فلوريدا بالرغم أنه فاز بولاية نيومكسيو، ونيوهامشر.

وعلى هذا فإن الجمهوريين قد وضعوا خطة مسبقة للفوز بالانتخابات، وهذه الخطة شنتها الميديا الأمريكية وأعطتها الصبغة الشرعية، وسكتت عن أكبر جريمة في التاريخ وهي التزوير في الانتخابات، دون أن تتطرق إلى قضية الصناديق الخاصة بالجيش من وراء البحار بل اكتفت بالفرحة وانتقلت مباشرة إلى الحديث عن ما بعد الانتخابات.

لم تتحدث الميديا عن اختيار ولاية فلوريدا بالضبط ولا على عن الخمسة القضاة كلهم محافظين. اختيار ولاية فلوريدا لأن حاكمها هو شقيق بوش ورئيس المحكمة يعينه الحاكم، وبالتالي اختيار القضاة المحافظين من تيار بوش.

جمع وبيع الأخبار في الصحافة الأمريكية.

تحدث في اليوم ملايين الأحداث المتنوعة، كسياسية والاقتصادية والعسكرية والترفيهية، المؤلة والمفرحة، لكن قليلا منها ما يستهل النشر أو بثها إلى الجمهور. يتفق غالبية الصحفيين على أن هناك عناصر عامة تميز الخبر ذو القيمة باختصار القيم الإخبارية ومن أهم هذه العناصر هي:

1-الوقت المناسب: يفضل المستهلك الأخبار الآتية لحظة وقوعها، بمعنى أن المتصفح للجريدة لا يريد أن يرى خبرا حدث أو منذ ميثا

2-الجوارية: أي القارئ يهتم كثيرا ماذا يحدث بجواره، سواء في الحي أو المدينة، ثم البلد، ثم إلى العالم الخارجي⁽²⁾.

3-الظهور: أي الشخصية التي صنعت الحدث محل الرئيس أو ممثلي الدولة، باختصار قيمة الشخصية هي، التي تصنع قيمة الخبر.

(1) Bernard Gredberg ; The Bais : CBS insider exposes, How The media distore The news Ibid P 139.

(2) Joseph-R-Dominick ; The dynamics of mass communication : Op-at P359.

4-الأخبار: التي تظهر بمحل الصدفة وتضع الحدث، كأسواق المال والأعمال ورفع الضرائب، الهبوط الإقتصادي.

5-المصلحة الإنسانية: هناك أحداث تترك أثر قيمية في الجمهور، مثال، الرجل الذي أنقذ جاك شيراك من محاولة اغتيال، تصبح هذه الأحداث لها تأثير إنساني.

بالإضافة إلى هذه المعايير الخمسة، هناك معايير أخرى، وهي من حيث التكلفة، الإقتصادية للأخبار، فهناك فرق مثلا في إرسال فريق المحطة أو الجريدة لتغطية إجتماع المجلس البلدي، أو للتحقيق في الفساد المالي لدى المجلس البلدي.

كذلك قيم الأخبار بدأت تفقد قيمتها قليلا في التلفزيون والجرائد، لأن التكنولوجيا الحديثة وراء ذلك، فمثلا على الأنترنت وبعض المنظمات الإعلامية تنشر الحدث ريث وقوعه، أي حيا ولذلك يتجه الجمهور نحوها. وخاصة بعد العراقيل التي تعرقل الصحفي أو المبعوث إلى عين المكان، مثلا شراء طائرة مروحية تعتبر غالية لدى بعض المحطات، والجرائد، كذلك حركة المرور في الولايات المتحدة تعرقل وصول الطاقم الصحفي في الوقت المناسب.

وحتى حركة المرور في حد ذاتها أصبحت لدى الجمهور أخبار ذات قيمة. كما هناك إتجاه آخر في الصحافة الأمريكية، إلا وهو الزواج الذي حدث بين رجال الأعمال العاديين ورجال الصحافة، الذين أصبحوا في خندق واحد، بعدما تحولت الجرائد إلى شركات كبرى، لها استثمارات في جميع المجالات، وأصبحوا هؤلاء رجال الأعمال يتدخلون، في الجريدة أو القناة التلفزيونية والإذاعية، سواء في رسم خطها أو الإخراج والأهداف التي يجب توصل إليها:

ومثلا تطورات على إخراج الجرائد والصحف في طغيان الألوان والرسومات وإدخال مواضيع ذات الطابع الإستهلاكي كالغذاء وبيع السيارات والترفيه، هذا الإتجاه للصحافة الأمريكية أثار حفيظة المحررين القدماء عن تغيير في قيم الأخبار بعد هذا الزواج.

خاصة بعد التكتلات في الميدان: عندما أصبحت الصحيفة والإذاعة والتلفزيون لدى مجموعة خاصة، إضافة إلى الإستثمار في أشياء أخرى، والتكتل خلق مشكلا عويصا للصحافة في أمريكا، وذلك عند تغطي مثلا الجريدة نشاطات شركة الأم في ميدان معين، هذا بقي تظهر قيمة للأخبار والتغاضي عن الأخبار الأخرى. كما تلجأ بعض الصحف والمحطات إلى دغدغة عواطف الجمهور من أجل كسب جمهور جديدة وذلك بتكرار الأخبار والصورة المؤثرة.

تصنيف الأخبار في الصحافة الأمريكية.

تصنف الأخبار في الصحافة الأمريكية إلى ثلاثة أصناف وهي كالتالي:

1- الأخبار الثقيلة أو الحسنة

2- الأخبار الناعمة.

3- الأخبار التحقيقية

الأخبار الثقيلة: وهي الأخبار التي تضخم وتكثر من الأخبار المقررة، والحياد وتميز بالميزات الخمسة التقليدية للأخبار، السالفة الذكر. والمتمثلة في الوقت المناسب، والجوارية، الظهور، الشأن والأهمية، المصلحة الإنسانية كما أنها أيضا تركز على القاعدة التقليدية للأخبار، والمتمثلة في طرح الأسئلة الاستفهامية، من، ومتى، وأين، وماذا وكيف؟

كذلك هي أخبار تحمل في طياتها أهمية للجمهور، كأعمال الحكومة، والأحداث العالمية، والتضخم الإقتصادي والبيئة، والظروف الإجتماعية والجرائم، والعلوم. كما تتميز الأخبار التقليدية بقاعدة شعبية أي لها جمهور واسع وتحتل الوقت الأول في أخبار التلفزيون والمذياع والصفحات الأولى على الجرائد،

الأخبار الناعمة أو الأخبار المميزة: وهي الأخبار التي تعتني بتغطية لكل القطر، وتركز على فائدة الجمهور أو مصلحة، المشاهد، ويقوم الجمهور هذه الأخبار، مدى فائدتها له، كنشر خبر حول تلميذ عبقرى في سن الثانية عشر يحرز على شهادة البكالوريا بمعدل 20/20 و يستعمل هذا النوع في المحطات الإذاعية والتلفزيون، فمثلا تلفزيون التسلية على برنامجة Tonyett. E وشبكة الكابل، برنامج "People" نظام الحياة عند الأغنياء والمشاهير وفي مجلة "US" وقسم الحياة في جريدة "USA to day".

حتى البرامج التي تسيطر على الأوقات الأولى، كبرنامج 60 دقيقة يحمل نوع من الأخبار الناعمة، وعادة برامج الصباح في المحطات التلفزيون تحمل هذه الصفة من الأخبار. وتأتي الأخبار الناعمة أحيانا على شكل مختصرات أو مرتبة حسب الأحداث.

الأخبار التحقيقية: هي عبارة عن أخبار تحقيقية في قضية مهمة "ما" تعتمد على منهجية جمع معلومات، واستعمال المعلومات غير الروتينية أو المملة، كقضية "واترايت" وعادة ما يأتي صحفيين لإعادة التقرير.

وهذا النوع من العمل الصحفي يجعل من الصحفي في وضعية عالية وذا قيمة، كمراقب نزيه وحريص على شؤون المجتمع، كما يشعر ويظهر في أعين الجمهور بأنه قدم خدمة عمومية للأمة، خاصة لما يتعلق بالتحقيق، فضائح في المال العمومي، أو التهرب الضريبي لدى بعض الشخصيات البارزة في الدولة، أو تقرير عن قضية مغيبة من طرف الدولة ويعتمد في الأخبار التحقيقية على عامل الزمن الذي يخضع له من 05 إلى 10 دقائق في القنوات التلفزيونية؛ وفي المجالات والجرائد فينشر أحيانا على شكل أجزاء متقاطعة.

أما المجالات فتخصص أحيانا طبع خاص أو ملحق بقضية ما، مثلا ما فعلت مجلة "News Week" سنة 1998 " عندما خصصت تقريرا يتكون من 16 صفحة حول فضيحة الرئيس الأمريكي السابق كلنتون مع المتربصة في البيت الأبيض، مونيكا لويسنكي.

كما أن الأخبار التحقيقية تتشابه في كل من التلفزيون والإذاعة والجرائد فقط الميزة الأساسية عند معد التحقيق في الجريدة والمجلة له الوقت في إعداد التقرير ويلزم به من كل الجوانب. أما في السمعي - البصري، عامل الوقت يهدد أهمية التحقيق.

تساقط الأخبار.

يتكون فريق الأخبار من عدت أعضاء يقوم بجمع المعلومات وغريبتها ثم نشرها، يسمى الأعضاء الذين يسهرون على إخراج الأخبار بحراس البوابة الدولة.

فمثلا، في الصحافة المكتوبة: تقسم الأعمال في غرف التحرير على حسب الرتب، المهمة وتحدد مصادر الأخبار بنوعين أساسيين، وهما، " الوكالات " ووكالات الأنباء أو خدمات الخط " كما تسمى، ثم المقررين. بالإضافة إلى مصادر متنوعة على حسب علاقات الصحفيين أو المخبرين المتطوعين ويقوم رئيس المراسلين في المدينة بفحص وإرسال الخبر الذي يراه مهما إلى الشبكة الأم كما أن هناك نوعين من المقررين، وهما، الفريق المحدد، والفريق الضارب. Jeneral, Assigment و " Beat ، فالمقرر الضارب يقوم، بتغطية بعض الأحداث العادية، كنشاطات المدينة، أو حادث في الشرطة، أما الفريق المحدد: يقوم بتغطية كل ما يحدث في مدينة من أحداث، كزيارة الوفود السياسية، أو حوادث المرور؛ وعندما تصل الأخبار إلى رئيس التحرير في المدينة يقوم بفحصها وإرسالها إلى رئيس التحرير في الشركة الأم، لكي تمر على حراس البوابة الذين يقومون بإخراجها إلى الجمهور.

كما أن للمقررين لهم الحكم محدد في إختيار رئيس التحرير القصة أو الخبر، الذي يستهل النشر أو ذو القيمة، كما أن " Cop-editore " محرر النسخة له الحق في تغيير القصة التي يحتاجها، أما مسير التحرير له السلطة المتعلقة أو بوضع القصة المناسبة، وفي أي يوم يحتاج، هذا بالنسبة للصحافة المكتوبة.

أما بالنسبة لصحافة البث، فالأمر كذلك ، أي نفس المصادر التي يتمتع بها الصحافة أوالميديا المكتوبة، كما أن هناك الكثير في المحطات الإذاعية، والتلفزيونية متعاقدة مع الشركات المشتركة في الأخبار وخدمات الخط أي وكالات " الأنباء " إضافة إلى مراسلين ينقلون الحدث ريث وقوعه، ومخبرين متواجدين في عين المكان. وأن أغلب المحطات التابعة إلى الشبكات الكبرى طبعا تحصل عل معلوماتها منها، أي من الشركة الأم.

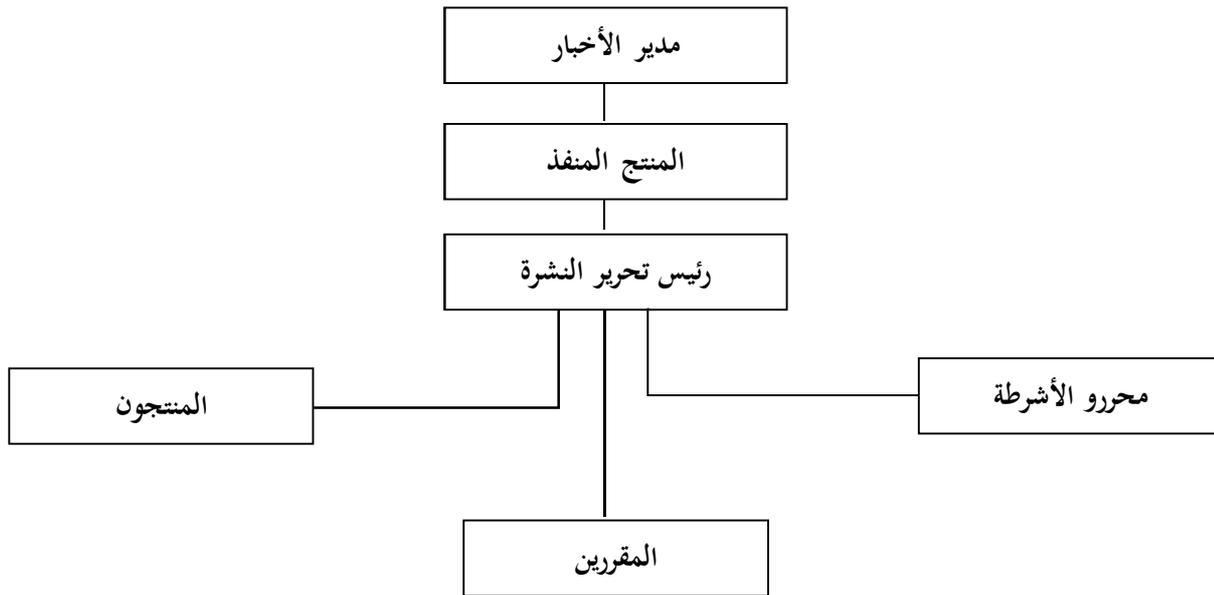
فمثلا في المحطات المحلية مدير الأخبار، يكلف بعملية غر بلة الأخبار يسمح بها أو يمنعها. أما الشبكات والمحطات الكبرى، فمهمة مدير الأخبار، يقضي معظم وقته في الجانب الإداري، و العمال ، والميزانية ، والتجهيز. وفي بعض المحطات الصغيرة، يكلف مدير الأخبار بمهام أخرى، كإشرافه على إعداد حصص معينة أو برنامج.

فيما يخص المنتج التقني فتسند إليه مهمة مراقبة كل المنتوجات الإخبارية في غرفة الأخبار، كما يجب أن يحضر كل البرامج الصباحية، والمسائية، والليلية ومنتصف اليوم، وللتوضيح نلقي نظرة على أهم الأعمال التي يقوم بها المنتج.

- يقرر من القصص الإخبارية التي يجب أن تغطي، ومن هو الذي يغطيها، ومن هم المغطون.
- يقرر ما هي القصة التي تظهر في نشرة الأخبار.
- يحدد الوقت المناسب لكل قصة إخبارية.
- يكتب نسخة من هذه القصص.
- يقوم بإدماج التقارير الحية فيه نشرة الأخبار.

ويعمل محرر الحصة مع منتج الأخبار، كما يقوم أيضا بمراقبة نشاطات المقررين والمحريين وطاقم التحرير، وكل الناس الذين هم في نفس الحقل، ويركز في عمله على الوقت، لأن الفريق الناجح هو الذي ينجز عمله في أقرب وقت أثناء اعداد النشرة الإخبارية.

الرسم البياني الآتي يبين تنظيم غرفة الأخبار في التلفزيون الأمريكي⁽¹⁾



في كثير من الحالات يقوم المقررون بدور المحريين لحصة، أو نشرة الأخبار، كما أن كثير من الحالات التي يقوم فيها منتجوا البرامج أو معدو البرامج بدور المقررين أو المعلقين، وفي أغلب الأوقات يتنقلون داخل الاستديو للقيام بأعمال الروتينية، كتحضير الأخبار القادمة، كما أن، هناك فريق يعمل من خلف الستار وهم المصورون، والتقنيون والمهندسون وعادة ما توجد في بعض المحطات كتاب يقومون بكتابة الأخبار، وينتجون الحصة، كما يقومون باختيار الصورة المناسبة للحدث والتعليق عليها.

(1) Joseph-R-Dominick ; The dynamics of mass communication : Op-at P410.

أجر الصحفي.

تلعب شخصية الصحفي ولياقته ومنظره الجميل دور مهم في الحصة التي يقدمها مما ينعكس على المحطة أو الشبكة بالإيجاب، وبتشجيع جلب الجمهور أكثر. ويزيد تألق الجمهور بالمقدم حتى تصبح علاقة تلمي على الصحفي أن يعمل ما يراه الجمهور مناسباً حتى في لباسه أو جلسته أو طريقة تقديمه فمثلاً "دان راذر" عندما كان يقدم برنامجه 60 دقيقة التي كانت تقدمه من قبل الصحفية «Walter Cronkite» في محطة (CBS) ذات مرة ظهر "دان راذر" على الشاشة بكنزة صوفية تحت بدلته، عزم الجمهور عن مشاهدة الحصة، ببساطة لأنهم تعودوا عليه بملابسه الأنيقة المعروفة، حدث هذا سنة 1982 في ليلة باردة من ذلك الشتاء.

وكذلك حدث مع الصحفية «Jane Pauley» التي كانت تتهاطل عليها آلاف التعليقات على طريقة لباسها وطريقة تسريح شعرها، عندما كانت تقدم برنامج «Today»، ووصل نقدها إلى كل شيء تقدمه. ومع زيادة جمهور الصحفي أو المقدم، تزيد قيمته لدى المؤسسة، فيطالب برفع أجره حيث يصل أجر المقدم في الشبكات إلى 07 مليون دولار في السنة إمثال الصحفي «Peter Jenning» و(3,5) مليون دولار للصحفي "دان راثر"، وحتى الصحفيين العاديين تصل رواتبهم السنوية إلى 250,000 إلى 750,000 دولار حسب رواجهم في الأسواق، وتحدد الأجور عادة بالمنافسة والمفاوضات مع المحطة أو الشبكة، وتراعي فيها، الخبرة ونوعية العمل المقدم، أهمية الحصة أو البرنامج.

وتوظف المحطات الإذاعية والتلفزيونية وحتى الجرائد خبراء أو مستشارين يقومون بدراسة الجمهور، وفيما يفكر الجمهور، وينصحون المؤسسات الإعلامية بما يجب أن تقدمه للجمهور وليس فيما يفكر فيه الصحفي.

البرمجة والإنتاج

تختلف البرمجة والإنتاج من قناة إلى أخرى وحسب الحجم والكبر فمن محطة يشتغل فيها عاملين وثلاثة إلى مئات العمال. وعادة يتكون قسم الإذاعة من المسير، ومدير الإنتاج. فالمسير يتحمل مسؤولية التخطيط، ورسم السياسة الخاصة بالمحطة، وذلك بالاتصال بالمجتمع، والعمل على مراقبة محتوى البرامج المقدمة للجمهور، كذا تسويق المعلومات.

مدير البرنامج:

هو المسئول عن سمعة واستماع صوت المحطة، كما أنه مسئول على التوظيف والطردي في جميع النواحي، كالمنتجين والمغنيين وغيرها.

وأغلب القنوات مقسمة إلى أربعة أقسام: ق المبيعات، وقسم المأخبار، التي تهتم بإعادة تحرير الأخبار عن الخط، وهناك قسم البرمجيات أو قسم البرمجة وهو قسم يخضع لمراقبة المراقب التقني، أو المهندس التقني، الذي يدير القسم التقني، الذي يتكون بدوره من المهندسين والتقنيين حتى يحافظون على بقاء القناة على الهواء، وكذا مسؤولية التجهيزات والمعدات.

الإنتاج التلفزيوني.

وهذا العنصر المسئول عن تزويد البرامج المشاهدة من طرف الجمهور، إما عملية التوزيع تتم من طرف تلفزيونات الشبكة والكابل والشركات المخول لها ذلك، وفي الأخير العرض تقوم به المحطات المحلية.

وللتوضيح أكثر نعرض مايلي:

الإنتاج: مثال إذا كنت أنت مدير أو مسير محطة تلفزيون محلية، تبدأ البث من الساعة السادسة صباحا إلى الثانية زوالا بمعدل 20 ساعة من البرامج في اليوم وهذا يعني أن 7000 ساعة من البث في السنة فمن اين تأتي بهذه البرامج؟

وعلى هذا فان المصدر الأساسي والرايح كما يقول joseph dominick في كتابه ديناميكية "وسائل الجماهير" كما يلي :

- تحصل على البرامج من الإنتاج المحلي.
- تحصل على البرامج من البرامج المتحركة.
- كما تحصل البرامج من برامج الشبكات الكبرى.

إن اغلب ما تنتجه المحطات المحلية هو النشرات الإخبارية وهي تبث عادة عند منتصف اليوم او في المساء وهي تجذب الكثير من الجمهور وعلى هذا فهي تجذب المعلنين والإعلان.

كما تسيطر على برامجها الرياضة والحوادث ومناقشة أهم المشاكل على الساحة وأحيانا هذه المحطات تتلقى صعوبة في إملاء جدولها الزمني، اللهم إذا كانت مرتبطة بالشبكات فان الشبكة ستزودها بالبرامج اللازمة التي تقدر عادة ب 65 % الى 70% من البرامج، وهي البرامج الغير مكلفة كذلك كالرياضة والحوارات الضاحكة مثل:

"Today And Good Morning America" على شبكة (CNN)

ولا تستطيع الشبكات إنتاج كل البرامج عن طريق أجهزتها لذلك تأتي لشراء حقوق بث الأفلام، وإعادة بثها مرة ثانية كما تشتري كذلك برامج من الشركات الخاصة التي تقوم بإنتاج البرامج وهذه الشركات مستقلة تماما، وهي تباع عملها المشترك إلى المحطات

ومن أهم هذه الشركات "Tribune Entertainment Company" وهي شركة مختصة في البرامج المسلية كبرنامج "Wheel Fortune" وبرنامج "jeopardy" وبرنامج "OPRAH" وبرنامج "Insid Edition" والذي يعرض على القنوات السعودية "Mbc4" ويسمى البرنامج الذي قد لعب من طرف أو عرض من الشبكات ب Off-Netseries وكذلك التلفزيون العشرين Twentieth Television في عرض الموحد الذي يسمى Doogie Howiser و. "M.D"

والجدول التالي يبين شركات الإنتاج وبرامجها 1997-1998⁽¹⁾

شركة الانتاج	البرامج
الشبكات	- caroline in the city "touched by angle" - profiler in the hous - 20/20 Monday night football
الشركات المستقلة	- carsey – Werner - Aaron Spelling productions . - M-T-M-
تقسيم شركات التلفزيون للأفلام :	- universal -Disney Warner bros
	-Time cop- the tom show . -home improuement , ellen -suddenex susan , veronicais closet.

إنتاج البرامج التلفزيونية

الطاقم والأقسام.

هناك عدة أقسام وكيفيات في قسم الإنتاج التلفزيون، والبرامج طبعا هذا يرجع إلى طبيعة وحجم المحطة فمثلا بعض المحطات الكبرى في مناطق كبيرة تشغل المحطة من 300 إلى 400 شخص أو موظف وفي بعض المحطات الصغيرة ممكن تحتوي المحطة على 20 إلى 30 موظف.

وعلى هذا أخذنا نموذج مقارب للتنظيم الهيكلي لبعض المحطات المتوسطة التي يترتب طاقمها الإداري

كالتالي:

- المسير العام: وهو المسؤول المباشر على كل نشاطات المحطة .
- قسم المبيعات: مهمة هذا القسم هي الحرص على تنظيم وبيع الوقت إلى الجهات المحلية والوطنية المعلنه، وإعطاء رزمة الإعلانات مع إرسال الفواتير للمشتركين .
- قسم الهندسة: يسهر هذا القسم على إبقاء البث للمحطة وصيانة العتاد والأجهزة واستبدالها.
- قسم البرمجة: توكل له مهمة وضع البرامج خلال اليوم والأسبوع والملائمة مع ما هو أنسب من البرامج التي يجب أن تبث وفي أي وقت.
- قسم الأخبار: ويتكون هذا القسم من مدير الأخبار والصحفيين المعدين للأخبار والحصص المعروفة والمراسلين والكتاب المسئولين عن النشرات الإخبارية.
- قسم الإدارة العامة: مسير المحطة توكل له تسيير المحطة من حيث المال والعتاد، وإدارة الموارد البشرية.

(1) Joseph-R-Dominik. Op-at P 420

أما في الشبكة فهناك الأدوار مختلفة نوعا ما من محطة إلى أخرى، وعادة ما يصنف الطاقم كمستشاري أو مسؤولين كبار في الشبكة ويتبعون تقسيم المهام كالاتي:

- البائعون: يقومون ببيع الإشهار، ويعملون مع الوكالات التي تنتج الإشهار.
- المسليون: يعملون مع قسم الإنتاج لإنتاج برامج جذابة إلى الشبكة.
- مسؤول المحطات: وهي مسؤولية عالية لأنها تعتمد على العلاقات الخارجية بين المحطة والشبكة .
- الأخبار: مديرو الأخبار هم مسئولون على الأخبار التي تبث في الشبكة وكذا العلاقات العامة بين الجمهور والبرامج.
- الرياضة: المسؤولية الكاملة على القسم الرياضي .
- المعايير: وهي مهمة أخلاقية وقانونية في اتخاذ المعايير اللازمة حتى لا تكون هناك إيذاء للقانون والناس (الجمهور) .

- العمليات: مدير العمليات مسئول عن القسم التقني وإرسال البرامج إلى المحطات المنتسبة.

عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون⁽¹⁾

تتألف كل محطة تلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية من أستديو يتبع لصحفيين ومقدمين للأخبار، ومكان لنشرة الأحوال الجوية ومكان يقدم النشرة الرياضية .

ويقوم مدير الأخبار بإرسال مقررین أو محررين وطاقم تصوير إلى عين المكان وحين عودة الطاقم المرسل يجتمع منتج نشرة الأخبار مع مدير الأخبار ويضعون خطة حول ما نوع وماهية القصة الإخبارية التي يجب أن تبث خلال نشرة الأخبار مع تقسيم الوقت لكل قصة بما يناسبها، وعادة عندما يعود فريق المقررین أو إرسال المراسلين مادتهم الإخبارية وكذا فريق التصوير يقوم المحرر أو رؤساء التحرير وبناء على الدقة المعتمدة من طرف المقررین والمراسلين يقومون بتحضير الشريط للصور المطابقة للقصة الإخبارية .

ويقدم إلى مدير الأخبار الذي يضع كل شيء في مكانه والوقت المناسب للبث.

أما المحطات المحلية فهي تركز على إنتاج الحوارات لإملاء وقتها مراعية في ذلك برايم تايم الذي يعتبر مهما، وهو يمتد من الساعة الثامنة إلى الحادية عشر ليلا

أما بالنسبة للشبكات فالبرايم تايم تصنعه أفكار المشاركين، حيث تصل إلى الشبكة أكثر من مئاة الأفكار حول البرايم تايم، و ما هي المواضيع المثيرة للجدل، وأغلب هذه الأفكار تأتي من المنتجين الأحرار، وبعضها تأتي من شركات الصورة المتحركة وبعضها يأتي من الهاوين، وتقوم الشبكة بإنشاء حوالي 50 إلى 75 من هذه الأفكار وبناء على تصميم الشبكة للبلاطو وتعد الحصص حسب هذه الأفكار .

(1) Joseph-R-Domonick : The dynamics pf mass communication : Op-at P 430.

البرمجة والتمويل في الخدمة العمومية.

في بداية 1990 بثت خدمة البث العمومي 11 ساعة في شريط تحت عنوان "the civil war" الحرب الأهلية، و أصبح هذا البرنامج أعلى قيمة في التاريخ PBS إلا أنه أحيانا ينظر إليه بمبالغة كبيرة في ذلك، كما أثار هذا البرنامج ثورة أو حرب أهلية بين القنوات المحلية و . PBS لان القنوات المحلية صارت، كل واحدة تختار ما تبث، فلجأت (SPC) إلى إيجاد مكان آخر لمعرفة ما هي البرامج التي كانت تبثها قنواتها الأعضاء .

هذا النظام الذي وصفته "SPC" يسمى برنامج الحطة التعاوني والغرض منه هو القضاء على المركزية في بث البرامج لان الحرب الأهلية التي جرت بين "SPC" والقنوات المحلية التابعة لها، هو مشكل التمرکز. وأظهرت هذه العملية أو النظام بأن اللامركزية إجراءات صناعة القرار، لأن استعمال صناديق الإقتراع التي وضعت للقنوات لاختيار ماذا تبث جعل، من القنوات أكثر حرية في اختيار البث والبرامج المناسبة لها إلا أن هذه العملية لم تدم كثيرا .

وأعاد الانتخاب من جديد، ولكن هذه المرة شرط آخر هو بعد عملية النتائج البرامج التي تصوت له القناة أي التي ستموله.

هذه العملية أعطت مفعولا لها ولقيت استحسانا خاصة لدى البرامج السابقة التي كان لديها تمويل جاهز وكانت معطلة عن البث، أما البرامج الغالية التي لا تملك تمويل فألغيت، هكذا تخلصت PBC من الإلتساق في البرنامج الوطني. ومع بداية 1990 عادت القضية المالية لتواجه PBC من جديد مع قلت الموارد المالية وانخفاض المشاهدين ألغت PBC نظام SPC وقدمت أكثر نمو التمرکز في البرامج تزامن ذلك مع النائب المدير التنفيذي الجديد الذي عين خصيصا لتطوير رزنامة البرامج الجديدة، فمثلا تقدمت PBC في أعمالها ونالت نجاحا كبيرا خاصة الشريط الوثائقي الذي سلف ذكره (الحرب الباردة) حيث وصل عدد مشاهديه إلى ملايين المشاهدين وكذلك شريط كولومبس وعصر الاكتشاف.

وفعلا وصلت (PBC) إلى درجة عالية من الاحترافية والأداء الجيد، وتماطلت عليها من حذب و صوب رسائل المدح فيما حققته PBC ؛ من عمل خاصة في مجال التربية والتعليم وكذلك من خلال حصة "sesam street" والتي تشجع الأطفال بطلب العلم في شكل ترفيهي وتسليية، و خاصة برامج "nova" وبرنامج "cosmos" الذي دفع بالكثير نحو خوض غمار العلم والمعرفة .

إلا أن PBC لم يخلو من النقد الذي كان يصب في الصميم كاتهامها بالتحيز ودفع الرواتب للصحفيين. إلا أن تفوق PBC كبقية القنوات التجارية، مثلا سنة 1997 كانت هناك 348 محطة في الخدمة العمومية تعمل تحت 73 ترخيص قانوني من FCC وحوالي نصف من هذه التراخيص موجهة إلى خدمة فئات معينة من المجتمع و 3/1 موجه إلى المعاهد والجامعات و 12٪ منها تعمل على شكل شبكات حكومية أي الحكومة المحلية

والباقى الآخر يعمل في إطار التعليم المحلى والخدمات البلدية، وأزداد جمهور PBC، مثلا سنة 1996 كانت هناك أكثر من نصف الولايات المتحدة يشاهدون قنوات PBC على الأقل مرة في الأسبوع خلال وقت المشاهدة، أي كما يشاهدون القنوات التجارية الأخرى .

وبلغ معدل الوقت الذي يخصصه المشاهد الأمريكي لمشاهدة PBC بـ 25 دقيقة، بالمقارنة مع مشاهدة القنوات التجارية الأخرى التي تقدر مشاهدتها بأربع ساعات في اليوم .

كما أقحمت نفسها (PBC) في مجال التعليم ووصلت برامجها إلى تعليم البالغين والكبار عن طريق التلفزيون ووصل عدد تلاميذها من الكبار إلى 400000 طالب.

وبناء على هذه الأعمال الجليلية استطاعت PBC أن تحصل على تمويل دائم من اقتطاع الضرائب السنوية، أي تمويل من طرف الحكومة الفدرالية وهي 3/1 من مدخولها و20٪ من المشاهدين الذين يتطوعون في تقديم الهدايا والعلاوات، و15٪ من الأعمال التي يقوم بها والتي سلف ذكرها قليلا والباقي عن طريق أسواق المزاد العلني، أي تنقل بعض أسواق المزاد العلني إلى جمهورها الخاص فتحصل على مبالغ مالية رمزية.

فمثلا سنة 1996 منح الكونغرس غلانا ماليا قدره 250 مليون دولار إلى PBC.

أهم البرامج

• برنامج 60 دقيقة 60 Minutes

في أواخر الستينات بدأت لأحد المخرجين في شبكة C.B.S فكرة تقديم برنامج إخباري لمدة ساعة كاملة بأسلوب جديد، كان ذلك المخرج هو "دون هيويت" Don Hewitt* وكان البرنامج الذي ابتكره هو برنامج ستون دقيقة 60 Minutes، وهذا البرنامج غير المسبوق هو مجلة تلفزيونية تعرض أهم الأخبار والأحداث العالمية، أصبح هذا البرنامج أنجح البرامج الإخبارية التي تقدمها C.B.S وأشهرها على الإطلاق بدايته في 24 سبتمبر 1968 مساء كل أحد وفاز بجميع جوائز البرامج التلفزيونية الكبرى، عدة مرات ويمتلك قاعدة من الجمهور لم يكتسبها برنامج تلفزيوني آخر على مدار التاريخ.

وقولي العمل في البرنامج، محرر أو مرسلًا، عدد من الإعلاميين أشهرهم:

- مايك والاس 1968 Mike Wallace.

(*) ولد هيوت Don Hewitt في 14 ديسمبر 1922 في مدينة نيويورك، بدأ حياته الصحفية في جريدة الـ"نيويورك هيرالد تريبون" The New York Herald Tribune، عام 1942، وكان حينها لابط منتسبا في جامعة نيويورك ثم صار مراسلا حريبا أثناء الحرب العالمية الثانية، وعمل محررًا في وكالة الأسوسيتد برس Associated press، بين عامي 1945 و1946 وعمل كثيرا محررًا في شركة آكي للصور الإخبارية Acme News Pictures وبدأ عمله مع شبكة C.B.S

في عام 1948 عمل مستشارا للأخبار، ثم عين فيها مديرا للإنتاج، فبقي في هذا المنصب أربعة عشر عامًا ثم أصبح مخارجا منذ الأخبار المساء، فأبدع في أسلوب إخراجها، وأزال عنها الجمود المرتبط بقراءة الأخبار مستعينا في ذلك بوسائل التقنية الحديثة.

وظل هيوت يواصل تأثيره في الصحافة التلفزيونية بعد انضمامه إلى شبكة C.B.S لمدة تربو على خمسين عامًا، وقدم في بداية البث التلفزيوني برنامج عمل منتجي الأخبار، ما يزالون يعتمدون عليها، غير أن هيوت اشتهر أكثر بابتكاره فكرة برنامج 60 دقيقة الذي بدأ بثه عام 1968 وقد حاز عدداً من الجوائز التقديرية والشهادات الفخرية وغير الفخرية على إنجازاته الإعلامية المتميزة إنتاجاً، إخراجاً، وإدارة، وتغطية.

- دان زاذار Dan Rather 1969 .

- مورلي سيفر Morely Safer 1979 .

- ستيف كروفث Steve Kroft 1989 .

- ليسلي ستال Lesley Stahl 1991 .

أندي روني Andy Rooney صاحب البرنامج المعروف باسم "دقائق قليلة مع أندي روني منذ 1978 . وهناك صحفيان معروفان يقدمان تقارير للبرنامج، أحدهما المراسل الخارجي للأخبار C.B.S بوب سايمون Bob Simon والآخر، بإتفاقية فريدة مع CNN هو المحررة الدولية كريستان أمان بور Christian Amanpour ويبقى هذا البرنامج منفرداً، على الرغم من المحاولات العديدة لتقليده، على مدار العقود الثلاثة الأخيرة، وهو البرنامج التلفزيوني الوحيد الذي أنهى ثلاث عقود، وهو في المرتبة الأولى، فقد وافق موسم 1997/1998 الذكرى الثلاثين لبدء البرنامج، الذي يواصل سجله المنفرد في المزج بين التقارير التحقيق تقابلات الشخصية والسير الذاتية.

وفي بداية حرب الخليج الثانية 1990/1991 سافر إد براولي Ed Bradley والمخرج جورج جرايلز George Griles، إلى المملكة العربية السعودية، لإعداد حلقة خاصة عن قيادة القوات المشتركة، ومدى صحة الشائعات التي أثرت حول وجود مشكلات في الايصالات بين الدول المتحالفة، بسبب اختلاف لغتها. ولكنهما غيراً محتوى برنامجهما، حين علما أن في مقدورهما مقابلة صاحب السمو الملكي الأمير الفريق الأول الركن خالد بن سلطان، قائد القوات المشتركة ومسرح العمليات، وأجريا مقابلة مطولة مع سموه في مركز وزارة الدفاع للقيام والسيطرة.

وربب الأمير خالد لبراري وجرايلز والفريق المصاحب لهما، السفر إلى مدينة الخفجي على الحدود السعودية الكويتية لمتابعة سير المعركة، التي أسفرت عن طرد القوات العراقية من المدينة ومتابعة دقيقة، وكانت نتيجة هذا اللقاء حلقة تاريخية لبرنامج 60 Minutes، نقلت ظروف قيادة القوات المشتركة بدقة، مما أسهم إلى حد كبير في فهم الجماهير الأمريكية والعربية آليات القيادة والسيطرة في حرب الخليج.

• برنامج "نايت لاين" Night line⁽¹⁾

بدأ قسم الأخبار في الشركة الإذاعية الأمريكية "ABC" بث هذا البرنامج Night line (خط المساء) في شهر مارس من عام 1980 وهو برنامج إخباري يقدم ليلاً، وعلى نصف ساعة، وقد يزداد وقتها قليلاً أحياناً ما وتطرح فيه أهم قضايا الساعة، ويستضاف لمعالجتها مشاهير السياسيين والاقتصاديين والمحليين الذين غالباً ما تكون لهم وجهات نظر مختلفة في القضية المطروحة، مما أثر في البرنامج وأكسبه شهرة كبيرة، ازدادت بها شهرة المحطة "ABC" نفسها.

(1) www.ABC.com 20/04/2009.

وقد ارتبط هذا البرنامج باسم مقدمه وشخصيته وهو تيد كايل Ted Koppel المعروف بذكائه بحسن إرادته، مع صرامة في شخصيته، وقد استحدث البرنامج، أول ما استحدث في ظروف اعتقال الرهائن الأمريكيين، ومحاصرة السفارة الأمريكية في طهران، الذي استمر لأربعة وأربعين ليلة، اكتسب البرنامج بسبب تغطيتهما ما اكتسبه من شهرة، غير أنه استمر على المستوى نفسه، على مدى السنوات الطويلة:

وفي أواخر الثمانينات من القرن الماضي تمكن مقدم البرنامج تيد كايل من إجراء لقاء بين طرفين إسرائيلي وفلسطيني في القدس بعد أن بنى سياجاً فاصلاً بينهما على خشبة المسرح، كان ذلك اللقاء غير مألوف ولذا ليس بغريب أن يقال عنه: أن البرنامج "نايت لاين" وعلى مدى أكثر من عقدين من الزمان، شكل الأخبار، بل شكل التاريخ نفسه أما مقدمه فإن جريدة "وول ستريت جورنال The wall street Journal" صنفته بأنه أبرز "مذيع يجري مقابلات تلفزيونية في أمريكا" وشبهته جريدة "لوس أنجلوس تايمز The Los Angeles Times" بـ: "الأسد المتحكم، دون نزاع في صحافة المقابلات التلفزيونية الرهينة والحازمة.

ويخصص حجم البرنامج أحياناً، حسب حجم المشكلة أو تعاريفاتها، لسلسلة من طويلة من الأحداث كما حصل على مسألة "جنوب إفريقيا".

وليس غريباً أن يجوز مقدم هذا البرنامج أول عصا ذهبية في تاريخ جوائز كولومبيا رويونت في عام 1985 تقديرًا له على البرنامج المتميز.

الإحتكار.

إذا كانت في المدينة الواحدة أكثر من جريدة، تكون هناك منافسة يتبعهما في خدمة المواضيع المطروحة، وكذا السمعي البصري لجلب أكثر المشتركين، تقليص الأسعار، وهذا نوع جيد، لكن في حالة إبتلاع مؤسسة إعلامية أخرى وتبقي هي الوحيدة في الساحة الإعلامية، وهذا ما هو سائد في أغلب مدن الولايات المتحدة الأمريكية، تجدد هناك جريدة، وحيدة تتحكم في السوق الإعلامية المحلية، وتسيطر على الإشهار مثل جريدة سان انطونيو اكسبرس San antonio express News التي تصدر في مدينة سان انطونيو بولاية تكساس، وهي تابعة لجريدة نيويورك تايمز كانت قد ملك لجريدة كرونك سان أنطونيو التي تأسست منذ 1830⁽¹⁾.

بالإضافة إلى صناعة الميديا لطبيعتها الإقتصادية تؤدي إلى الشراكة الشركات الأخرى المختلفة النشاط، الذي يؤدي بدوره إلى البحث عن الربح، وكما يقول: شومسكي في كتابه الصادر 1983 بأن الشركة الإعلامية التي تسيطر وتهيمن على سوق الإعلام في حالة غياب المنافس، هتترّ ف تصرف عشوائي وتحل الشركات المسيطرة سواء كانت صحافة مكتوبة أو مسموعة على عرقلة إنشاء وظهور مؤسسات أخرى جديدة، إلا إذا

(1) www.SanAntonioexpressNews.com

حصل إتفاق بأن تباع الشركة المسيطرة بعض من وقتها للشركة الناشئة أو تعمل تحت إسمها بإستعمال "الوقوف" الشارة⁽¹⁾.

وتمارس هذه الشركات العملاقة الإحتكار، بالشراء أوالدمج مع الشركات الأخرى، حتى تقوى وتسيطر على السوق، مثلما حدث مع شركة ميكروسفت، عندما احتكرت السوق، وحكم القضاء الأمريكي الفيدرالي تقسيمها:

نفس الحالة حدثت مع "ياهو"عندما إشترت "يوتوب" وكذا شركة ميردوخ التي اشترت وكالة الأنباء رويترز ودونجر بصفقة خيالية الثمن.

وبقانون شراء والإستثمار في المجالات الأخرى الذي سعى قانون ملكية التقاطع، تستطيع أن تشتري الشركات الكبرى ما تراه يناسبها مما تضطر الشركات الصغيرة إلى مغادرة السوق، وعليه تزداد الشركات الكبرى، إتساعا و الصغرى تضحل وساعد هذا الإتجاه على ظهور بما يسمى حلقات الملكية أو الملكية الحلقية التي تمتد من الصحافة المكتوبة إلى السمعي البصري، وأصبحت تسمى بعد 2005 بتقاطع الملكية؛ خاصة من عهد إدارة الرئيس الأمريكي، الراحل ريغان، أي في الثمانينات، حيث سن قانون، يميز الحق في تعدد الملكية وسائل الإعلام، مما ساعدشركة Gannett بشراء 21 صحيفة أخرى يضاف، إلى أصل 74 صحيفة وزاد العدد إلى غاية 104 صحيفة في سنة2004.

لأن قانون تقاطع الملكية لسنة 1992 كان قد حد من عدم التعدي إلى الملكية في وسائل أخرى كالتلفزيون والإذاعية و قبل بالرفض من طرف الكونغرس، ثم أعادت المحكمة النظر في هذا القانون، وبدت أن الهيئة الفيدرالية للإتصالات (FCC) التي يرأسها مايكل ياول" لها الحق في ذلك لأن بعض الجرائد ستولي على كل وسائل الإعلام، وبالتالي يكون الإحتكار والتمركز الفعلي حتى في جرائد الجامعات.

إتفاقية التنسيق العملياتي.

ففي هذه الحالة، عندما تتعب جريدتين أو مؤسستين إعلاميتين من المنافسة، وتتراكم الأتعاب المالية، يحصل إتفاق بين المؤسستين، وذلك للتعاون وتقديم التسهيلات اللازمة لبعضها البعض لتحقيق تكاليف الطبع والإدارة المكاتب وكذا تقسيم الإشهار، فقط يمكن الإختلاف في الإفتتاحية، والأعمدة، حيث بدأ العمل بهذا القانون منذ سنة 1970.

وتوجد إلى حد الآن في الولايات المتحدة الأمريكية 40 مدينة توجد فيها منافسة بين الجرائد والبورصة منها 18 مدينة بما جريدتين تعمل بعقد 1970 وهو إتفاقية التنسيق العملياتي⁽²⁾.

(1) JosephTraubhaar and Robert larose Media Now understanding media culture, and technologie Thomson Wadsworth USA 2006.Ibid P33.

(2)JosephTraubhaar and Robert larose Media Now, Ibid P36.

مثال على ذلك في مدينة ديترايت توجد فيها صحفتين الأولى ليبرالية تدعى Detroit Free press والأخرى تسمى Deroit News تتقسمان نفس المكاتب والآلات والهاتف، ويحتلفون في المحتوى خلال أيام الأسبوع، أما في نهاية الأسبوع والعطل يتفاهمون على توحيد المحتوى والشكل، كما يحاولان عزل الصحفيين عن بعضهم البعض لكن في الغالب هم فريق واحد.

الميديا الأمريكية وكلب الحراسة.

إذا كانت الميديا في الولايات المتحدة الأمريكية، تمثل كلب الحراسة، خاصة من عهد الستينيات في حرب الفيتنام أين انتقدت بشدة السياسة الخارجية، تجاه حرب الفيتنام، ساعدها ذلك حجم الخسائر التي تكبدتها الإدارة الأمريكية، آنذاك فهل فعلا هناك كلاب حراسة في هذا العصر؟

كما سلف الذكر حول جماعة أن نزعة المحافظين الجدد الانقلاب الذي حدث على الصحفيين المعارضين لحرب العراق، كمدير CNN الذي أقيبل وطاقم CBS الذي أقيبل كذلك لأنه تحدث عن فضائح الجيش الأمريكي في الحرب الخليج وقضية سجن أبو غريب.

وقال: دان راثر الصحفي المعروف ببرنامج (60) دقيقة جراء لإتهامه للرئيس السابق "بوش" بعدم التحاقه بالحرس الوطني بالتكساس، فإن الأمر ينذر بالخطر بأن الميديا الأمريكية لم تصبح كلب الحراسة، بل أصبحت أداة في يد السلطة أو النخبة السياسية الحاكمة لتقيد أجندها، باختصار هي المنظر للسياسة القائمة على الهيمنة، مثلما كان ومازال يروج الصحفي وكاتب العمود "توماس فريمان" في جريدة نيويورك وفريد زكريا الذين ظلوا يروجون للنظام الكوني الجديد والعولمة من بداية التسعينات إلى يومنا هذا.

وفريد زكريا الذي ظل يروج لفكرة (لماذا يكرهنا) يقصد المسلمين وكرهم للغرب. فمثلا الصحافة الأمريكية كانت تغير كلب الحراسة عندما غطت فضيحة "واتر قايت" وكان المثال على ذلك مما استدعي الأمر إلى إقالة الرئيس نكسون آنذاك وصعود نائب رئيس "جراد فورد".

أما في حرب العراق، فكانت الصحافة الأمريكية هي التي باشرت الحرب على العراق قبل الجيش بتغطيتها للعراق، والشعب العراقي وما أصاب من جراء النظام السائد آنذاك، وكذا روجت فكرة إمتلاك العراق للأسلحة حرب الدمار الشامل، وعلاقته بالقاعدة، وأن صدام يشكل تهديداً للعالم وليس أمريكا فقط.

بالرغم أن الصحفيين الأمريكيين حظيوا بضيافة خاصة في العراق، كدان راثر الذي حاور صدام قبل الحرب وجعل المجتمع الأمريكي يتراجع عن أحكامه تجاه العراق من جراء هذا الحوار الذي كان أثلج صدور الجمهور الأمريكي، المتبع للحوارات والبرامج الليلية، وأن صدام شرح وجهة نظره لسياسة العراقية، وأن ليس لديه أي مشكلة تجاه الشعب الأمريكي، بل كان من حذر بحدوث أعمال إرهابية قد تصيب أمريكا.

وفي اليوم الأول من بداية الحرب مارس 2003، كانت أول قناة تضع عنوانها العريض "الحرب على الإرهاب" هي قناة فاكس نيوز Fox News، حيث كان طاقمها يقيم بفندق فلسطين على نهر الدجلة، كان

العنوان كالتالي "الحرب على الإرهاب" مما أثارت انزعاج السلطات العراقية، اضطروا إلى إبعاد الطاقم إلى الحدود الأردنية.

وقال: Carl Bernstein في كتابه حول إدارة بوش، حيث الميديا الأمريكية خدعت الشعب الأمريكي لابد أن تعتذر له عندم كذبت فيما يخص حرب العراق وفعلا اعتذرت كل من جريدة نيويورك تايمز و واشنطن بوست، إعتذرتا للقراء بأنها أخفقت في تغطية الحرب على العراق، مما جعل الشعب الأمريكي يطلق الصحافة ويتجه نحو " الواب" (1)

الميديا الأمريكية ونظرية حراس البوابة.

تقوم الجرائد، ووسائل الإعلام عامة، بتأدية وظيفة سياسية للجمهور ولتنوير الرأي العام حول القضايا المهمة، وتحتص بعض الجرائد أو المحطات سواء كانت الإذاعية أو التلفزيونية، بمراقبة ومتابعة أعمال الحكومة، وتصرفاتها ونظرا للتأثير الذي تتحدث وسائل الإعلام على قرائها أو متببعيها فهي تشكل الأحداث وليس المقصود بتشكيل الأحداث، وخلقها، إنما وضعها في القالب المطلوب فمثلا جريدة نيويورك تايمز تقوم بصقل الأحداث وترويضاها لصالح الإدارة الأمريكية أما جريدة والت ستريت Well Street، فهي تقوم بنفس المهمة ولكن لرجال الأعمال، والتجار وغيرها من النشاطات المالية، والنخبة المالية على العموم، ولكن في قالب يخدم صناعات السياسة الأمريكية تريد الوصول إلى الهدف المطلوب، وتقوم جريدة " كريشتاين سايس مانيتور" بتوجيه الأخبار العالمية، أما جريدة لوس أنجلس تايمز، فهي تقوم بالترويج للأفلام والموسيقي وصناعة التلفزيون بصفة عامة، ولكن لما ينظر القراء إلى محتوى هذه الجرائد على إحتلالها يلاحظ، وكأنها تقول له هذا ما يجب أن نقرأ أو تفهم.

الإيديولوجيا والصحفي المحترف.

إذا كان شعار شبكة "CBS" سنة 1985 هو: " نحن نحتفظ بأمريكا على رأس العالم" هو ذلك العنوان لكتاب جد مهم للعالم الأمريكي Daniel C-Hallin (2) الذي صدر سنة 1995 أي بعد عشرة سنوات، فإن هذا الشعار يحمل عدة معاني، من أهمها هي، رسم سياسة لمعرفة لهوية الصحفي الأمريكي كصحفي محترف وخادم للخدمة العمومية، بتنوير الرأي العام الأمريكي بالأخبار حول العالم والوطن، ولكن هذا لا يعني أن الصحفي الأمريكي هو مجرد فقط مزود بالأخبار للمجتمع، فعلى حد تعبير الأستاذ Daniel فإن الصحفي كذلك هو سياسي ذو إتجاه معين أي أيديولوجي كما أن هذا الشعار يوحي بدلالة أخرى وهي علاقة الصحفي بالدولة، أي السلطة الأمريكية، في ذلك الوقت، كان رئيس الولايات المتحدة هو الرئيس الراحل "ريغان" تعرف هذه الفترة فترة نمو الروح الوطنية كومضة مسيطرة.

(1) Joseph Traubhaar and Robert Iarose Media Now, Ibid P140.

(2) Dniel-C-Hallin wekeep American in top of the world, New York Press 1995, P10.

فإلصحافة الأمريكية محمية بالدستور وبالتعديل الأول الخاص بحرية الصحافة والكلام، لكن علاقة الصحفي بالسلطة، هي علاقة مصالحة، كيف ذلك وهو أن الصحافة منحت للحق للرئيس من الخطاب عبر الصحافة إلى الشعب قصد التبليغ أكثر، كما أن مكتب الرئيس منح حق امتياز للصحافة بالوصول إلى مكتبه ومعرفة الأخبار والمعلومات ونشرها إلى الجمهور وأحيانا تعتبر الميديا نفسها هي حاملة للنظام السياسي (كقناة فاكس نيوز Fox News) التابعة لعملاق الصحافة الأمريكية روبرت مردوخ وهي قناة جمهورية يمينية محافظة، يستدعي معظم صحفيها للقيام بأعمال داخل البيت الأبيض كتوني سنو" الذي كان يكتب خطابات الرئيس بوش تم تعيينه ناطقا رسميا بإسم البيت الأبيض.*

تنطلق الميديا على فلسفة البراغماتية كما قال الفيلسوف الألماني هامبرس Habermas وهي الريح والمنفعة، وعلى هذا الأساس فإن تجارة الميديا بدأت منذ سنة 1830 ودمقرطة السوق ساعد في نمو الصحافة، وفي نفس الوقت تركز إنتاج الإعلام السياسي، وظهرت ما يعرف بالصحافة المحترفة، وتحول أداء الصحافة محتواها من نقل رسالة السياسة إلى نقل الرسالة من المواطن إلى المواطن، ودعوة المواطنين إلى المشاركة في النقائص حول مسائل الدولة والعالم.

بالرغم من أن الصحافة أصبحت تجارة مستقلة، إلا أن الحكم على الميديا بأنها بعيدة عن الإيديولوجيا أصبح ضربا من الخيال، لأنها جزء من الرأسمالية والرأسمالية إيديولوجية. فكانت دائما المؤسسات الإعلامية الأمريكية تقف إلى جانب معين فمثلا مجلة التايمز سنة 1983 تبنت خطاب الرئيس ريغان الموجه إلى المعسكر الشرقي.

ويرى هامبرس** أن القوة ذات النفوذ التي تشكل صحافة الشركات الضخمة الحالية، هي الحدود الإيديولوجية، وهي بمثابة الحدود التي يعمل من خلالها الصحفي، وتعبير آخر أن الصحفي الأمريكي كبر في دوايب السلطة والمؤسسات الفكرية، التي تخدم السلطة في الولايات المتحدة الأمريكية، هذه المعتقدات تسميها هيرمان"الماء الذي يسبح فيه بحيث الصحفي رهين المؤسسة العملاقة التي يعمل لديها وبالتالي ليس له الحق في المعارضة وهذا ما يفسر ما هو موجود حاليا. حيث أن هناك ثلاثة أفكار إيديولوجية للصحفي الأمريكي وإن كان للشركة العملاقة، وهي:

الرأسمالية هي جوهر الإقتصاد و الإعتقاد الأمريكي.

الولايات المتحدة هي الدولة الراعية للخير في العالم.

(*) توني " سنو" خريج كلية الفلسفة، صحفي بارع في قناة فاكس نيوز تولى ناطق رسمي بإسم البيت الأبيض، في عهد بوش الأضرغ، توفى سنة 2007، بمرض عضال وعمره 54 سنة.

(**) عالم إجتماعي ألماني، طرح فكرة الإسطوانة الشعبية، وهو الحوار والنقاش الذي يدور بين مجموعة من الناس من نفس الحي أو المؤسسة وهذا النقاش يكون له أثر في إثراء الصحافة مما يؤدي إلى تأثير في السلطة.

الحلول السياسية القابلة للتطبيق يحددها الحزبان الديمقراطي والجمهوري⁽¹⁾

وبناء على إيديولوجية خيرية الولايات المتحدة الأمريكية، فإن أية دولة لا تخضع لنفوذ الولايات المتحدة الأمريكية، تؤدب بالطريقة الأمريكية، طبعاً تكون الصحافة هي المهد الأول لذلك، مما ساد إعتقاد لدى الأمريكيين للعامة والخاصة منها، فإن أمريكا ليست فقط دولة ديمقراطية في العالم بل هي أداة لدمقرطة العالم عندما باتت تعرض نموذجها فمثلاً الحرب على الفيتنام التي أصفرت عن مقتل أربعة ملايين قتيل صورها الصحفيون على أنها نتيجة غير مقصودة للسذاجة، بل أنها حملة آثمة لتدمير دول تحاول الخروج عن البيت الطاعة الأمريكي، نفس السيناريو حدث مع غزو العراق 2003 بمبرر إمتلاكه أسلحة الدمار الشامل، تبنى الصحفيون فكرة إخفاء مصالح الإستخبارات في إمكانية وجود هذه الأسلحة، فصعدت تغطية الفشل الذريع والفضيحة الكبرى، تبنى الفكرة الجديدة هي أن ذهاب الولايات المتحدة إلى العراق الغرض منه ديمقراطية الشرق الأوسط، لكن في الحقيقة أن الميديا الأمريكية، قامت فقط لتقديم خدمة للنخبة في البيت الأبيض التي أرادت استكمال المشروع المخطط له منذ ستين عاماً مضت الذي يقضي سيطرة الولايات المتحدة على منطقة الشرق الأوسط وخيراتها.

أما الحديث عن السياسة فإن كلا الحزبين الجمهوري والديمقراطي يعملان ما في الخفاء وتفاهم هذا التفاهم حدث بعد الحرب العالمية الثانية، والغرض منه هو الهيمنة الكونية الأمريكية وإن حدث الخلاف بين الحزبين هو فقط في الإستراتيجية والتكتيك للحفاظ على الامبراطورية الأمريكية.

نموذج الرقابة في الصحافة الأمريكية.

لقد أحصى مشروع " مراقب " ^(*) في تقريره السنوي للعام 2008 ما يربو من 25 خمسة وعشرين قصة إخبارية كانت قد تعرضت للقص والرقابة، والقصص أخذت من الفترة 2005 إلى 2006، إلى غاية اليوم هناك آلاف القصص. وفي الحقيقة هذه الأخبار لم تتعرض للقص ولكن همشت من طرف الشركات الضخمة العملاقة التي تسيطر على صناعة الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يقول: أستاذ علم الاجتماع " بيتر فيليبس " وهو أحد أعضاء مشروع مراقب " كان أمامنا طريقاً لا بد أن تقطعه في بناء نظام إعلامي في الولايات المتحدة

(1) لير فيلبس، الرقابة والتعتيم الإعلامي الأمريكي، مرجع سابق، ص. 26.

(*) مشروع مراقب «Project Censored» هو مشروع يدرس من طرف أساتذة وباحثين وطلبة كلية علم الاجتماع بمدرسة العلوم الإجتماعية بجامعة سونوما ويهدف إلى التحقيق الإجتماعي والتحليل والإعلامي، عمر هذا المشروع ثلاثين عاماً خلال هذه الفترة أستطاع مشروع مراقب جمع عدة قصص إخبارية في غاية الأهمية تجاهلها وسائل الإعلام الضخمة.

أسس هذا المشروع أو مشروع مراقب من طرف الدكتور كارل روبرت جنيس، الذي عمل مندوباً ومحرراً في صحف الشركات الضخمة لمدة من الزمن، بعد حصوله على شهادة الدكتوراه من جامعة مينسوتا عمل كأستاذ للصحافة في جامعة تكساس أوستين، ألف عدة كتب منها:

Phe Heartof Whiness : Race Racism, and White Privilege- Cilizens Of The Empire : The Struggle To
laim Our Humanitx

<http://ots.Cc.vtexas/2tjensenindex.Html>

وهذه الأعمال متاحة على الأنترنت بعنوان .

يدعم العملية الديمقراطية الصحيحة. ونحن ندعوكم إلى إغلاق وسائل لإعلام الشركات الضخمة⁽¹⁾، والعمل مع مجتمعاتكم المحلية على إيجاد مصادر مستقلة للمعلومات تغذي أرواحكم الديمقراطية وتبني المجتمعات الإنسانية⁽²⁾

إننا نفهم من خلال هذا القول أن هذه الشركات العملاقة في مجال الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية لم تكن محل ثقة للإعتماد عليها، في معرفة الحقيقة حول ما يدور في كواليس السلطة الأمريكية، وأن السلطة الرابعة تخلت عن مهمتها المنوطة، ولكي تبقى أو تبت ذلك علينا بالتعرض لأهم القصص التي تجاهلتها الشركات العملاقة، ولنأخذ عينات عن القصص التي تطرق إليها مشروع مراقب، على سبيل المثال وليس حصرياً، خبر مفاده أن الشركة الأمريكية هالبرتون تاخل سراً في تعامل تجاري مع عضو بارز في فريق إيران النووي لصاحبه الصحفي جيستون لبيولد صدر الخبر في أوت 2005 على موقع غلوبل ريسيارش Global Reasrch. Ca حيث يقول: هذا الصحفي أنه هناك مصادر من شركة هالبرتون الأمريكية وأرينتال أويل كيش، حيث تعتبر أحد كبريات الشركات النفطية الإيرانية وتخصص في مقالة بأن شركة هالبرتون خلال السنتين 2004-2005، كانت على اتصال دائم مع السيد: "سيروس ناصوي" نائب رئيس شركة أوريينتال أويل كيش للمشاريع النفطية في إيران، ويعتبر ناصري من الفريق القوي الموكل إليه مهمة تطوير الأبحاث النووية في إيران وكانت قد تعرض هذا الأخير إلى استجواب من طرف المصالح الخاصة الإيرانية حول صفقة تمت بينه وبين مسؤولي شركة هالبرتون، قدرت مليون دولار أمريكي مقابل البوح بإسرار عن القدرة النووية الإيرانية كان قد قدمها لهالبرتون مقابل هذه الرشوة⁽³⁾.

وظهر للعيان لأول مرة التعاملات التجارية بين شركة أوريينتال أويل كيش وشركة هالبرتون سنة 2005، وحصلت شركة هالبرتون على مناقصة للتنقيب عن الغاز واستخراجه في حقل فارس الجنوبي، وعقب انتشار الخبر صرح المتحدث بإسم شركة هالبرتون بأن إستخراج الغاز من حقل فارس الجنوبي هو آخر عمل للشركة هناك، للعلم أن هذه الشركة هالبرتون مقرها الرئيسي في مدينة دالاس بولاية تكساس.

وجاء في تقرير لهيئة الإذاعة البريطانية "BBC" "ب ب س" أن شركة هالبرتون تحصلت على مبلغ قدره أربعين مليار دولار من خلال هذه العملية التي قامت بها في إيران. للعلم فإن شركة هالبرتون بدأت تعمل في إيران منذ سنة 1995 حينها كان نائب الرئيس الأمريكي بوش الأصغر و ديك تشيني الرئيس التنفيذي لها.

ويضيف " لبيولد" في إعتماده على خبر نشر في جريدة وول ستريت جورنال الصادرة في شهر فيفري عام 2001 أن شركة هالبرتون الأمريكية للمنتوجات والخدمات المحدودة تعمل من وراء باب لا يحمل أية علامة في الطابق التاسع في برج جديد شمال إيران، منذ عام 1975 أنها تتخذ من مشيخة دبي على الخليج الفارسي مقراً لها.

(1) بيتر فلييس الرقابة والتعقيم الإعلامي في الإعلام الأمريكي، مرجع سابق، ص 20.

(2) المرجع السابق نفسه ص 32.

(3) المرجع السابق نفسه ص 98.

وتفطن بعض أعضاء مجلس الشيوخ لهذا في دعوة بأن بعض الشركات فرضت قانون الحد من التعامل مع الدول المارقة كإيران وليبيا وسوريا، جاء ذلك من التعديل التي إقترحتته، سيناتور ولاية مين سوتا وهي من الحزب الجمهوري كان ذلك سنة 2005. وقبل هذا التعديل برفض شديد من طرف مديري الشركات الضخمة، تمثل ذلك في وضع مسودة خطاب يدعو الولايات المتحدة إلى التخلي عن ذلك، لأن في حالة العمل بهذا القانون ستولد كراهية العالم لأمريكا، مما يؤدي إلى شن ضربات موجة لأمريكا كإنتقاما من ذلك.

عزز الصحفي المتمرد " ليوولد " خبره بخطاب ألقاه نائب الرئيس الأمريكي الأسبق ديك تشني في زيارة قام بها في مارس 1996 إلى الشرق الأوسط، ألقى الخطاب أمام رجال الأعمال الأمريكيين قائلا " إسمحولي بأن السوق إليكم عبارة مبهمة عن اتجاه أراه في الكونغرس وجده مزعجا، أظن أن الأمريكيين يقعون في الأخطاء أحيانا، وأنا نستعمل نفوذنا الاقتصادي لنجعل من الناس الآخرين يمشون على النحو الذي نخبه".

لقد ساعد تشيني بخرقه للقانون الأمريكي وإنشاء الشركات الوهمية التي تعاملت مع أعداء أمريكا أو دول محور "النشر" ساعد على بيع أجهزة الطرد المركزي التي تساعد على بناء المفاعل النووي وتخصيب اليورانيوم مما أدى إلى قيام تحقيق سري دام أكثر من ثلاثة سنوات مع إثني عشر إطار في شركة هالبرتون.

ويقول الصحفي " ليوولد بأن إذا وقعت حرب بين أمريكا وإيران فإن اللوم يقع على " تشيني" والكاتب لا ينزعج من الخبر، لأنه يعرف تاريخ الشركة بإنتهاكه للقانون الأمريكي ونفوذها القوي وتأثيرها على السياسة الخارجية الأمريكية، لكنه استغرب من سكوت وتجاهل الإعلام الأمريكي المعاصر عن هذه الأخبار والتقصي، خاصة أن قانون منع التعامل مع إيران كان أمرا تنفيذيا ممضي من طرف الرئيس الأمريكي الأسبق مكتوب في مارس 1995، في نفس السنة التي بدأت فيها الشركة العمل في إيران هذا القانون يحرم الإستثمارات الجديدة في إيران بواسطة أشخاص أمريكيين، ويمنع الشركات التي تقدم خدمة نفطية لإيران وعند وصول الإدارة الجديدة إلى البيت الأبيض ألغت هذا القانون⁽¹⁾.

جاء ذلك على لسان نائب الرئيس الأمريكي تشني عندما زار استراليا بمدينة سيدني حسب ما جاء في جريدة "الاورا" ميركوري الأسترالية "أعتقد أن أحوالنا ستكون أفضل في الواقع أن نحن أصبحنا في حل تلك العقوبات المفروضة على إيران".

أما القصة الثانية التي تجاهلها الإعلام الأمريكي أو الشركات الإعلامية الأمريكية الضخمة وهي قصة مصير المحطات التي صدرت عن موقع Mother Jones بتاريخ مارس 2006؛ للكاتبة جوليا وشي، والتي حاولت من خلال هذا المقال تسليط الضوء على الخطر الذي يدهم المحطات من خلال دراسة التي قام بها علماء مؤسسة، سكريش لعلم المحيطات وكذا معمل لعلم المحيطات وكذا معمل لورانس ليفرم مور، حيث، إرتفاع درجة حرارة المحيطات الناتج عن ذوبان المنطقة القطبية، وزيادة عذوبة المياه القطبية وملوحة البحار المدارية زادت في سرعة

(1) بتر فليس: مشروع مراقب الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سبق ذكره ص - ص (40-44).

التبخر والمطر، مما ساهم في زيادة ظاهرة الصدمة الزجاجية⁽¹⁾. وتفاعل المحيطات مع هذا الأخير يساعد على نقل المياه الدافئة العليا إلى دوائر العرض الشمالية في أوروبا، والذي يؤدي بدوره إلى تغير في المناخ متسببا كوارث طبيعية لا تحمد عقبها على البشرية.

تم ذلك من جراء امتصاص المحيطات لـ 118 طن متري من CH₂، منذ ظهور الثورة الصناعية. كذلك ساعد على ذلك نسبة النتروجين في أنهار أمريكا من جراء حرق النباتات كوقود ودخان السيارات وزيادة الفوسفور الناتج من الصرف الصحي البشري، والصيد المكثف للأسماك التي تقدم كطعام لسمكة السلمون.

فتصريحات علماء البيئة والمناخ حول حجم الكارثة صدم من طرف وكالة ناسا للأبحاث التي أتهمها عالم المناخ " جيمس هانس " بأن الوكالة تمارس الرقابة على أعماله، وذلك في إطار تسييس العلم التابع لسياسة بوش الرئيس الأمريكي السابق المعادية للعلم.

أما ثالث قصة فهي تلك القصة الإخبارية المنشورة على موقع On World Net في شهر مارس 2006 لصاحبها الكاتب عبدأسلم المعنون ب: الخطة الأمريكية لوقف المسح للأسر المحتاجة للتعرض للنقد. وصاحبة عنوان آخر نشر في The News Standard في ديسمبر 2005 لصاحبة الكاتب بيريدان كوين.

حيث قدما إحصائيات حول الجوع والانتشدين في المدن الأمريكية التي تراجعت عام 2005 بالرغم من الإدعاء بالتحسن الإقتصادي، واعتمدا الكاتبان على توثيق المعلومات من تقرير صدر عن اجتماع الرؤساء بولايات الولايات المتحدة الأمريكية، الذي تأسس سنة 1982.

القصة الرابعة تلك القصة التي تناول أصحابها الإبادة الجماعية في الكونغو نشر المقال الأول على موقع The Taylor Report من مارس 2005، والمقال الثاني على موقع Earthfirst Journal من شهر أوت 2005، تحت عنوان، الإبادة الجماعية، لتكنولوجيات الفائقة، للكاتب سيروكت.

يروى المقال أكثر الحالات التي تعرضت للإهمال والتي تغيبت عن الإعلام الدولي والأمريكي، وهي قصة إنسانية راح ضحيتها زهاء سبعة ملايين شخص سنة 1996 ونتيجة للحروب الأهلية والغزوات الممجية، وهي حروب تدار تحت الرعاية السامية للدول الغربية التي سال لعابها لثروات هذا البلد وهي المتمثلة في الماس والقصدير والنحاس والذهب، وأكثر من ذلك هو الكولتان و المنيويوم هذا المعدنان يعتبران المادة الأساسية من صناعة الهواتف المحمول بالإضافة إلى عنصر معدني آخر وهو الكويالت وهو مهم في صناعة الصناعات النووية والكيميائية والفضائية والدفاعية.

(2) المرجع السابق ص 44.

يوجد عنصر "كولمبو" في عمق الأرض التي يصل عمرها إلى ثلاثة مليارات سنة وهي الموجودة في وادي الصدع الإفريقي، كما يستخدم التشالوم المستخرج من خام الكولتان في صنع المكثفات، التي تعتبر ركيزة أساسية في إدارة تدفق التيار في الأجهزة الإلكترونية، ويوجد حوالي 80% إلى المخزون العالمي من الكولتان في جمهورية كونغو الديمقراطية ويضيف الصحفي والكاتب " سيروكت" بأن إنعاش تكنولوجيات الإعلام والاتصال، في بداية التسعينات هيج الطلب على هذه المواد الأولية، حيث وصلت إلى 300 دولار أمريكي للرطل من الكولتان. وزعت الولايات المتحدة الأمريكية، القوات الروندية، والأوغندية إلى الجزء الشرقي من جمهورية الكونغو الديمقراطية، في مطلع 1998 سيطرت هذه القوات على المناجم، وحقق الجيش الرواندي 20 مليون دولار أمريكي شهريا من إستخراج الكولتان، ويضيف الكاتب بأن الكولتان يباع في الأسواق العالمية خام، أما الشركات التي لها قوة تكنولوجية فائقة، فتحول الكولتان إلى مسحوق وتبيعه إلى شركة نوكيا في دولة فيلندا وموتورولا بأمريكا وكومباك، شركة سوني،.

ويرى الكاتب كيث هرمون بأن معناه الشعب الروندي وإدخاله في الحروب، ليس لديه فيها ناقة ولا جمل، هي من جراء الخيرات التي يتربع عليها هذا البلد الفقير فهو سيشهد تمزقا في أوصاله من حروب تدار عن بعد من طرف الشركات العملاقة. ومن أهم هذه الشركات المرتزقة هي: شركة كابوت كوربورشين التي تقع في الولايات المتحدة الأمريكية، وكذا شركة إتش ، سي ستارك الألمانية، وللجنسياو الصينية، التي أبلغت عنهم هيئة الأمم المتحدة بأنهما وراء الجرائم التي ارتكبته ومازالت ترتكبه في هذا الشعب.

ويذكر الصحفي " سيروكت" بأن "سام يودمان" مدير كايبوت أثناء فترة انتعاش تجارة الكولتان قد عينه الرئيس بوش الأصغر سنة 2004 وزيرا للطاقة وشركة "كايبوت" هي الشركة المتهمه الأول عن تلوث البيئة التي أنتجت 600 ألف طن من الإنبعاثات السامة.

كما أن نائب مدير شركة سوني الحالي، ومستشارها نيكول هي المستشاره القانونية السابقة في ادارة الرئيس الأمريكي السابق كلينتون⁽¹⁾.

قصة القتل الأفغانيين المعتقلين وكذا العراقيين على يد المارينز الأمريكيين، المقال نشر على موقع American Civil Liberties ، في الرابع والعشرين من شهر أكتوبر 2005 لصاحبه جميل. أما القصة الثامنة هي الينتون يسعى للحصول على حماية وحصانة معلوماتية وكانت ترى هذه القصة على The News Stander في شهر ماي 2005، للصحفي ميشيل تشن. والهدف من حماية المعلومات في وزارة الدفاع الذي ظل حقا من حقوق الصحفي الأمريكي، أو أي إنسان له الحق في الوصول على مصادر المعلومات، ولكن هذه المرة وزارة الدفاع إخرقت القوانين بالتعذيب وإقامة معازل غير شرعية في كوبا وأوروبا.

(1) بيتر فيلس، مشروع مراقب الرقابة والتعتيم الإعلامي، مرجع سابق، ص 52.

أما القصة التاسعة: وهي خبر مفاده أن الجدار العازل الفلسطيني الذي أقامته إسرائيل ممول من طرف البنك العالمي، الذي دعمه مخطط الحرب على العراق "ولفز" الذي كان ممثل وزير الدفاع الأمريكي رامسفيلد في العهدة الأولى من عهد بوش 2004-2000 كان مهندس الحرب على العراق والقصص كثيرة التي تعرضت إلى التهميش والإقصاء،

كالدراصة التي نشرت في شهر ماي 2005 المنشورة على موقع التالى - The Independent وهو بيان الحقيقة حول أخطار الأغذية المعدلة وكذلك من أهم الأخبار التي تغاضت عنها الشركات العملاقة ولم تنشرها، قضية إرتفاع أسهم شركة نائب الرئيس ديكشي في شركة هالبيتون بـ 300% ، وكلف خبر مفاده الشركات النفطية الأمريكية، تهدد الإتحاد الأوروبي على سحب إمضائه على معاهدة كيوتو⁽¹⁾.

كما تعرضت دراسة حديثة نشرت على موقع On Woredlet سنة 2006، للكاتب ذو الأصول العربية عبد سالم، حول الماء المعبأ في الزجاجات بأنه مشكلة بيئية خطيرة وأنها صناعة وهمية، ربحية، يصرف عليها المستهلك الأمريكي 100 مليار دولار أمريكي في السنة، وتقول الباحثة في الشأن المائي " إيميلي أرنولد" بمعهد سياسة الأرض، " أن الطلب على الماء المعبأ في الزجاجات قد زاد بكثرة حتى في المناطق التي يوجد بها الماء الصالح للشرب.

وتضيف أرنولد إذا كان الماء المعبأ يحل المشاكل مدام في مناطق أخرى يفتقرون إلى الشرب العادي في مصر مثلاً.

كما نسجل قصة أخرى في غاية الأهمية كانت قد تعرضت للقص وهي، قصة عن بيع الأمازون وهي القصة التي نشرها الكاتب كيلبي هيرون على موقع Alternet في شهر جانفي 2006، تحتوي القصة يروي ويحصى ما يربو من ستة عشر شركة نفط متعددة الجنسيات توظف الجيش الأكوادور لمصالحها وترحل السكان الأصليين، مقابل صحنون أكل وزجاجات خمر وكوكاكولا، ومن أهم هذه الشركات شركة أولستيدنال أويل التي شيدت قاعدة عسكرية للجيش، الإكوادوري بالقرب من مجتمع كويتو الهندي⁽²⁾.

كذلك من أغرب الأخبار التي قصت ولم ترى النور هي، خبر نشر على موقع Lebfturn Magazine في شهر ماي 2005، الخبر جاء وتحت عنوان " حماية التعذيب وصمت الصليب الأحمر، يحتوي المقال على معلومات جد مهمة، وهي أن اللجنة الدولية للصليب الأحمر تتمتع بحصانة غير عادية في الدخول إلى السجون ومعاينة النزلاء والإطلاع على أفواههم، وكانت قد زارت سجن أبو غريب بالعراق، ومعسكر أشعة (Ray X) في خليج غواتنامو، ولكن اللجنة لم تحرك ساكن، بل تتعامل مع السلطات المسؤولة على ذلك بكل صداقة للعلم أن صاحب المقال رفعت زيادة.

(1) بيتر فليسن مشروع مراقب الرقابة والتقييم الإعلامي، مرجع سابق، ص 119.

(2) مرجع سابق، ص 136.

أما القصة الأخيرة من أصل خمسة وعشرين وهي قصة نشرت على موقع Third World Resurgence في العدد 176 الصادر بشهر أبريل 2005، تحت عنوان " المنظمات غير الحكومية تحي منظمة الصحة العالمية على رفض الهندسة الوراثية للجدرى " ورافق صدوره لإصدار آخر على موقع Organic Consumers. Org في شهر أبريل 2005 معنون كالاتي حملة دولية لوقف الهندسة الوراثية لفيروس الجدرى.

إن مرض الجدرى كان من أخطر الأمراض التي فتكت بأرواح ملايين البشر في القرن الثامن عشر وإلى غاية القرن التاسع عشر، وبالرغم من إختفائه تحت تأثير تحسين المستوى المعيشي والرعاية الصحية، تعتمز كل من روسيا والولايات المتحدة على إستنساخ أوصاله لإعادة نشره من جديد، بحجة أن مخابر الأبحاث العلمية، تريد الوصول إلى اختراع أدوية ضده، لكن السؤال المطروح هو في حالة الحصول على تأشيرة للإستنساخ فإنه يتطلب تجربة، فأين هو حقل التجارب هذه المرة؟

الفصل الخامس:

الأخبار الدولية في الصحافة الأمريكية وعلاقتها بالسياسة الخارجية.

تحتّم الصحافة الأمريكية الأخبار الدولية، وتعطيها الأهمية القصوى لكن في إطار محدود مقارنة مع الأخبار الداخلية والمحلية وتتعاطى الميديا الأمريكية مع الأخبار الدولية، في إطار الإقليمي حيث تتعامل مع الأخبار انطلاقاً من الدول المجاورة ثم الدول الأوربية ذات التوجه الاشتراكي سابقاً، وتركز معظم أخبارها حول الشيوعية في العالم والاتحاد السوفياتي سابقاً وحلفائهم.

ومعظم الأخبار في الستينات والسبعينات، حول فرنسا وإيطاليا، وألمانيا، والصين والقسط الأكبر لإسرائيل ومصر.

أما بقية الدول فتتكلّم عنها فقط عندما يكون هناك خبر ضخم و لخص الصحفي الأمريكي Calvin Coolidge في سنة 1926 والذي عمل كمحرر متخصص في شؤون أمريكا اللاتينية في تركيز الميديا الأمريكية على الأخبار الدولية:

المبحث الأول: نشاطات الولايات المتحدة في الدول الأجنبية.

وتهتم هذه الأخبار بزيارات الرئيس الأمريكي للدول الأجنبية، أو أحد كتابه كوزير الخارجية مثلاً، وبصفة عامة السياسة الأمريكية تجاه الدول الأجنبية.

فمثلاً في الستينات نالت تغطية سياسة الولايات المتحدة في الفيتنام 75% من الصحف والمجلات، والتغطيات التلفزيون والإذاعات وفي سنة 1971 قفزت نسبة التغطية إلى 88%.

النشاطات الخارجية وتأثيرها على الأمريكيين والسياسة الأمريكية:

تصبح الأخبار الدولية محل اهتمام لما يكون لها تأثير مباشر على الأمريكيين والمصالح الخاصة لأمريكا.

1- المعسكر الشيوعي ونشاطاته سابقاً:

تصبح الأخبار الدولية وبالضبط الأخبار المتعلقة بالمعسكر الاشتراكي، وحلفائه كل نشاطاته لأنها تعبر سياسة عدائية لسياسة الولايات المتحدة الأمريكية والتغيرات الحكومية والرئاسية وقلب النظام في المعسكرين بين اهتمامات الميديا الأمريكية، خاصة في فترة الحرب الباردة.

2- الانتخابات والتغيرات السلمية في الشخصيات الحكومية والأجنبية:

تحتل الانتخابات في الدول الأجنبية، والتغيرات الحكومية والانقلابات في الدول الأجنبية الأمريكية والأفريقية والشرق الأوسط على حد السواء، بتغطيات خاصة متابعة يومية وعلى كل رأس الساعة.

3- الصراعات السياسية والمظاهرات:

كذلك تكون محل اهتمام من طرف الميديا الأمريكية، وتصبح لها قيم إخبارية وتصبح في منزلة الأخبار المحلية والداخلية

4- الكوارث الطبيعية:

لها ميزة خاصة في التغطية وهي تغطية جادة، كحادث انفجار الأنوب الغازي في تشرنوبل وغيرها

5- نفوذ الديكتاتورية:

تركز الميديا الأمريكية على الديكتاتورية وأصحابها في العالم وتراقب كل نشاطاتهم وقراراتهم، وتصريحاتهم وتعطيها الأهمية القصوى كزعيم كوبا فيدال كاسترو.

في القضايا الدولية التي نالت حصة الأسد وخاصة بعد نهاية الحرب الباردة، وسقوط المعسكر الشرقي، كانت قضية العراق (حرب الخليج الأولى 1991) وقضية الصومال، رواندا وقضية البوسنة والهرسك؟ هذه القضايا كانت هي الشغل الشاغل في جدول السياسة الخارجية الأمريكية وكذا الميديا الأمريكية على حد سواء.

واختارنا هذه القضايا من حيث أنها إنسانية، والأهم من ذلك، أن الولايات المتحدة كانت تضع من أولياتها هذه القضايا في السياسة الخارجية، تحت غطاء التدخلات الإنسانية.

واختارنا شبكة (CNN) وكيف كان لها الأثر في هذه القضايا، بإعتبارها شبكة كبيرة من نوع الكابل، الأكثر مشاهدة ومصداقية لدى الحكومة الأمريكية، والشعب الأمريكي، والعالم كله. مع التطرق إلى بعض الجرائد الرائدة، كنيويورك تايمز، والوشنطن بوست، وكذلك بعض الشبكات التلفزيونية الكبرى، (CBS News) و(NBC).

إن المفهوم الذي ظهر بعد نهاية الحرب الباردة، هو مفهوم حقوق الإنسان الذي تطرحه هيئة الأمم المتحدة، وتطبقه الولايات المتحدة الأمريكية، بتدخلات إما بالآلة الدبلوماسية، أو الآلة العسكرية، في أكثر الأوقات وبدأت يظهر للعيان إلغاء الدولة المركزية، و ظهور الدولة العالمية، وذلك بتفوق مصطلح حقوق الإنسان على سيادة الدولة، وفي حالة ظهور حالة إنسانية كقضية دارفور في السودان مثلا، بتدخل الدول بإسم حقوق الإنسان دون إذن الدولة المحلية (السودان) لأن هناك حالة إنسانية طارئة دون اللجوء إلى رأى الدولة المركزية، وعلى هذا تلغى السيادة أمام القضايا الإنسانية^(*).

وعلى هذا الأساس بدأت تعمل الصحافة الأمريكية على خلق ومتابعة القضايا الإنسانية لتغطيتها وإخراجها إلى الرأي العام، مادام أن هناك جو ملائم محمي بغطاء قانوني دولي يديره مجلس الأمن.

(*) أنظر على سبيل المثال: هيام بن فريحة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2014/2015، حول التدخلات الإنسانية.

(CNN) والسياسة الخارجية الأمريكية.

مع نهاية الثمانينات وبداية التسعينات، عرفت وسائل الإعلام، تغيراً جذرياً في مجال ظهور التكنولوجيات الجديدة للإتصال

تزامن هذا التطور التكنولوجي مع أحداث بارزة أهمها سقوط المعسكر الشرقي والمتمثل في الإتحاد السوفياتي سابقاً، وإختيار جدار برلين. هذان الحدثان ظلاً يسيطران على العناوين الكبرى، في وسائل الإعلام الغربية والعربية على حد السواء.

وبدأت عدة أسئلة تطرح نفسها وهي ما هو أثر الميديا على الحكومات؟ وهل للصحافة الدور القوي حتى تدفع صناع القرار إلى إتخاذ القرار حيال المواضيع ذات الإهتمام من طرف الصحافة؟(Holge) (Beschloss).

وهل من واجب الصحافة أن تغطي السياسة الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية أم لها الحق أن تنقدها؟

ولكي نعرف مدى مساهمة الصحافة في صناعة القرار، في السياسة الخارجية الأمريكية أخذنا عدة قضايا من القرن الماضي، والحالي، كنموذج لعلاقة الصحافة بالسياسة الخارجية الأمريكية. وفي غالب الأحيان يحصل التوافق بين الدولة المركزية، والدول المتدخلة، كقضية البوسنة (وأحيانا يحدث تعارض من منظور السيادة الوطنية، وهنا تبدأ سياسة المد الجزر بين الأطراف الفاعلة في القضية وهي، الإدارة الأمريكية في سياساتها الخارجية، والميديا الأمريكية (والمتمثل في هذه الحالة (CNN) وهيئة الأمم المتحدة (قوات حفظ السلام) .

إن أغلب غطاء تتخذه الولايات المتحدة على الخصوص والدول العظمى على العموم في سياساتها الخارجية هي غطاء حقوق الإنسان، وحماية الأقليات والمحافظة على الحد الأدنى في حقوق الإنسان.

فيقول نعوم شومسكي⁽¹⁾ " بأن تدخل الدول الغربية بإسم حقوق الإنسان وهو ترجمة أصلية وحقيقة لسياستها التقليدية والمعهودة عبر التاريخ، وهذا التدخل هو إمتداد للسياسة القديمة، والمتمثل في مصالح الدول العظمى تحت تزييف وإخفاء الحقيقة الأصلية للتدخل في شؤون الدول الأخرى"

ويحلل نعوم شومسكي، كلام مستشار الأمن القومي الأمريكي، أنطوني " لايك " عندما اشتعلت الحرب الباردة، أنه كان يقول: "نحن نقوم بهذا من أجل تستقر الديمقراطية" في العالم، وبعد نهاية الحرب، قال: "نحن نقوم بهذا من أجل أن تقوية وتعزز الديمقراطية، وفتح أسواق للديمقراطية".

(1) نعوم شومسكي، أستاذ اللسانيات بمركز (MIT) بالولايات المتحدة من أصل يهودي وأكبرناقد للسياسة الخارجية الأمريكية، فهو كاتب ومفكر يعرف بالمتقف السياسي.

هذه دعوة لمواصلة التدخل، ويسمون بالتيار التدخلية فمثلا فرنسا لما تدخلت في قضية رواند سنة 1994 كانت لها هناك أطماع جيوبولتكية في المنطقة، وأهداف إستراتيجية الغرض منها الوقوف أمام المد الأمريكي في القارة السمراء، لأن فرنسا تعتبر نفسها الوريث الشرعي لها فإستخدام مصطلح التدخل من أجل حقوق الإنسان، هو ذريعة عسكرية. بالدرجة الأولى من أجل الوصول إلى أهداف إستراتيجية و خطط في أجندة السياسية الخارجية لأي دولة ما، وفي هذه الحالة الولايات المتحدة الأمريكية⁽¹⁾.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect : The myth of News Foreign Policy and intervention. London 2002 P10.

المبحث الثاني: صناعة القبول: نظريات الصحافة وعلاقتها بالدولة

كيف تؤثر شبكة CNN في السياسة الخارجية الأمريكية؟

إن التدخل الأمريكي في الشمال العراق سنة 1991 وفي الصومال، كان محل نقاش كبير داخل أوساط صناع القرار وخبراء السياسة الخارجية، كما أثار تخوف من جراء ردود الفعل الدولي أي المجتمع الدولي، ولا من مجلس الأمن، ولكن الخوف كان من أثر السلطة الرابعة (Goerge Kennan) وأكد (Kennan) ^(*) بأن النخبة التي ظلت تراقب صناع السياسة الخارجية، قد ضاع منها ذلك، وتحول إلى الميديا. ويدعم (Kennan) كذلك (James Hoge) ^(**) بأن الميديا شكلت ضغط على الساسة، حتى أصبحوا مطالبين بإجابة تجاه الأحداث و لو كانت على غلط وتوسعت دائرة النقاش في الأوساط الساسة بين المؤيد والغازب حول دور الميديا في القضايا الإنسانية فمثلا الدبلوماسي الأمريكي «Richard Holbrooke» ^(***) أثنى على الميديا في إخراج أزمة البلقان إلى المجتمع الدولي (البوسنة والهرسك). أما مستشار الأمن القومي الأمريكي سابق (أنطوني لايك Anthony Lake) يعتبر الميديا بأنها شعاع يضيئ عن القضايا الدولية.

كل هذا يظهر بأن للميديا الأثر البالغ على صناع السياسة الخارجية، ويؤدي خلق جوا من القلق الدولي الذي يتحول إلى تدخل، في بعض الأحيان.

لو نرجع إلى الوراء قليلا لسنة 1984 عندما اصابت المجاعة دولة أثيوبيا، كيف تعاملت الصحافة مع هذه القضية، وصفت رأي دولي اتخذت من أجله عدة قرارات.

ومن بين الكتلبت التي ظهرت حول قضية الصومال ورواند مثال:

(Crosslines) (قطع الخطوط الصومال ورواندا) وهو تقرير شامل من طرف Edward Giradet، "وهناك عنوان آخر، وهو من القتل إلى الجرائم نشر من" طرف Ropert Rototiberge و Thomas weiss .

هؤلاء الكتاب إنتقدوا تفاعل الميديا مع الأحداث، بأنها لعبت دور إيجابي في خلق جو من التدخل وأن أهم الأدوار التي لعبت من أجل التدخل هي أطراف غير رسمية أو حكومية ولذلك يمدحون الميديا في دورها الريادي من أجل خلق جوا للتدخل من أجل القضايا الإنسانية.

حيث بدأت معركة شبكة (CNN) في بداية التسعينات، عندما نظر صناع القرار إلى دور الميديا، بأنها لها سلطة وقوة في تشكيل الأحداث وسقلها في قالب خاص.

(*) تعريف kennan هتشار مستشار دبلوماسي أمريكي ولد 1904 توفي 2005 مؤلف لستة كتب في السياسة الخارجية الأمريكية.

(**) جامس هوج James Hoge، صحفي أمريكي كان رئيس مكتب جريدة نيويورك تايمز بهيئة الأمم المتحدة نيويورك

(***) دبلوماسي أمريكي توفي ديسمبر 2010 بعدما كان يؤدي مهامه بأفغنستان.

ظهر ذلك في خطاب رئيس الوزراء الأسبق توني بلايير سنة 1990 في الحرب الجوية على البوسنة عندما قال بأن عزوف الساسة من التدخل فتح المجال أمام (CNN) أن تقود القضية وحدها مما سبب حرجا للمجتمع الدولي^(*).

هذا الكلام فتح الشهية أمام الكثير من الباحثين في ميدان التأثير لدى الميديا من أهمهم⁽¹⁾ Nicholas Lawrence and Wheeler حيث فحصوا أثر الميديا ومنها (CNN) أنها خلقت رؤيا مفيدة وحذر شديد بدور الميديا في القضايا الدولية، بالرغم من أن هناك بعض التحفظ في مبالغة (CNN) في بعض القضايا إلا أنها على العموم تشارك في التدخل من أجل القضايا الإنسانية.

ومن خلال الدراسة التي قام بها Wheeler (2000) وهي دراسة حول التدخلات بإسم القضايا الإنسانية تحت عنوان: "إنقاذ الغرباء" أوضح بأن حضور (CNN) في هذه التدخلات محدودة جدا، خاصة في إرسال القوات الأمريكية في بعض الأحيان، كما يضيف بأن تغطية الصحافة لبعض الأحداث، لا يعني بالضرورة إرغام صناع القرار على إتخاذ قرار ما، لكنها قادرة على بناء دعم عمومي من طرف الجمهور. وعلى هذا ليس بالضرورة تدخل صناع القرار هو نتيجة حتمية من ضغوط الميديا، ولكن عن طريق سياسة يقينيه تساهم في زج الرأي العام في إتخاذ القرار وعلى هذا فإن (CNN) أصبحت لها دور مهم في السياسة الخارجية.

هذا النقد الهائل تجاه الميديا بالعموم على أنها هي المسؤولة على تشكيل الأحداث وسقلها في قالب خاص، وشبكة (CNN) بأنها تشخص الأحداث حتى يتحول إلى قرار دولي.

فإن هناك نظرية أخرى ترى بأن حقل الصحافة أو الغذاء الذي يغذي الصحافة، هو القضايا السياسية، والإقتصادية، وعليه فإن الحكومة تقوم بدغدغت شعور الصحافة، بإثارة هذه المواضيع على شكل ظواهر فتخلق مجال تنشيط فيه الصحافة.

ويرى كل من هارمن⁽²⁾ Harman^(**) وشومسكي Chomesky بأن صناعة القبول والإجماع أو الرضى لدى الجمهور، يتم عن طريق، الحكومة التي، تحرك الصحافة، بإستصدار قرارات تغذي الصحافة، مما تجعل الصحفي، يقوم بمهمتين: الأولى؛ الرقابة الذاتية فيما يكتب ومع من يتعامل في شكل منشور زجاجي عاكس للضوء، يصبح فيه يرى نفسه مع نخبة المجتمع.

وعليه فإن نخبة صناعة السياسة الخارجية يتلقون دعما جماهيريا، من خلال دور الميديا في صناعة القبول.

وتبعا لنظرية صناعة القبول والرضا، فإن الحكومة هي التي تصنع رزنامة الصحافة والأحداث التي تغطيها.

وكل المواطنين الذي يشاهدون أو يقرؤون الميديا يستقبلون إيديولوجيات حتمية في الرسالة الإعلامية.

(*) أستاذ الدراسات الحربية بمعهد الملك بلندن، ومختص في كتابة إستراتيجيات التوسيع النووي.

(1)Piers Robinson : The CNN Effec :Ibid P 11.

(2)Piers Robinson : The CNN Effec :Ibid ;P12.

(**) Harman : هي منتخبة عن ولاية كاليفورنيا بمجلس النواب الأمريكي للمرة السابعة تمثل الحزب الديمقراطي.

ويرى (*) Rebert في صناعة القبول: أن هناك صفتين، الصفة الأولى هي التغذية معنى هذا أن الميديا لم تخلق للتعارض مع الهيئة التنفيذية في الولاية المتحدة .

أما الصفة الثانية : وهي صفة النخبة و هي أن الميديا تعمل، لصالح النخبة السياسة (الهيئة التشريعية، وكذا المجتمع)**؛ والمثال على ذلك فإن خلال حرب الفيتنام لعبت الصحافة دورا معارضا للسياسة الخارجية الأمريكية، ويؤكد ذلك Hallin بأن إنقلاب الصحافة على السلطة ومعارضة قرارها جاء بعد إنقلاب النخبة في واشنطن على السياسة الخارجية الأمريكية.***

إلا أنه كل من Hallin وBennett تجاهلا قضية مهمة وهي علاقة الصحفي والمصادر الرسمية (Zeller)،**** ولذلك فإن سلوك الميديا بصفة عامة يتبع للحكومة، لأن كثيرا من الصحفيين الذين تعرضوا إلى صدمة فيما كانوا ينشر، وما كان يشاهدون في الواقع.

وهناك تظهر العلاقة بين مصدر الأخبار والصحفي، في صناعة القبول النخبوي وكذا العلبة السوداء. دون تجاهل نتيجة أو دور الميديا في التأثير، ولكن دائما تبقى الميديا تخبر ما تريد النخبة من توصليه وصناعة القبول والرضي.

وفي حقيقة الأمر أن الصحفي، ما عليه إلا أن ينقل ما تنتجه النخبة، تجاه القضايا إلا قليلا ما يظهر ما موقفه، ولكن موقفه غير مؤثر، يعني للصحفي دور جامد إلا أن (Tomoph Cook) يرى بأن يستحيل على الصحفي أن يكون له دور جامد؛ غير فعال في الأحداث، بل يلعب دور بسيط وفعال، كمؤسسة أو هيئة سياسة لها الرأي الخاص.

كما للمؤرخين رأي في هذه المسألة، فمثلا (David Culbert) يتفق مع (Hallin) في مسألة تأثير الميديا على النخبة، في قوله بأن لعبت الميديا دورا حاسما وصعبا في تغير رأى النخبة الأمريكية تجاه حرب فيتنام ومن هنا يظهر فشل نظرية النخبة هي التي تصنع الرضا والقبول عن طريق الميديا ولكن يشترط على الميديا أن تكون حرة.

(*) Rebert Entman : كاتب أمريكي له ستة مؤلفات في السياسة الخارجية الأمريكية. وأنظر كتابه المعنون:

Projection of power : Framing News, Public Opinio and USA Foreign Policy studies in communicatio media and Publi Opinio Dec 2003.

(**) مؤلف كتاب Wekeep America in The Topolb Tho Word سنة 1986 ألف كتاب صناعة القبول (HALLIN).

(***) للفهم أكثر اطلع على نفس المرجع ص 14.

(****) Zaller مؤلف The Nature And Origine of Mass Media ولد عام 1949 أستاذ العلوم السياسية بجامعة كاليفورنيا مختص في الرأي العام.

ولتدعيم هذه الدراسة إعتد الباحث (Gowing)^(*) على طريقة الأسئلة أو المحادثة مع شخصيات صنع القرار واقترب من الأمين العام السابق كوفي عنان للأمم المتحدة (1996) في سؤال خاص بالدراسة، فكان رأى الأمين العام " بأن الميديا تؤثر على الحكومات، عندما تكون إستراتيجية الحكومة غير واضحة تجاه القضايا. " ففي غالب الأحيان أثناء مناقشة قرار ما، الساهرين على إتخاذ القرار يخطئون في تقدير مادي تأثير الميديا على نتائج القرار.

تأثير (CNN) كمراقب سياسي.

يرى كل من (Mermin) و (Livingston)^(**) و (Eachust)^(***) بأن المشكل ليس في تأثير الميديا على صنع السياسة، ولكن المشكل يكمن فمن يصنع رزنامة الأخبار أجندة الأخبار " ويضيف Livingston بأن صنع السياسة الخارجية يتأثرون بمحتوى الميديا والمخبرين والمحررين. ويؤكد مرة ثانية على من يصنع أجندة (CNN) إذا كانت الصحفيين وحدهم هم الذين يصنعون أجندة الشبكة فإن (CNN) هي وحدها التي أخذت القرار في الصومال، أما إذا كان صنع السياسة الخارجية هم الذين يصنعون أجندتها ماذا حققت (CNN) من تأثير.

لأن إذا فشلت الحكومة في مراقبة السياسة الخارجية، تحل محلها أطراف أخرى وأما الميديا أو المنظمات غير الحكومية، وعليه فإن (Mermin) يرى بأن الفاعلين السياسيين هم الذين يصنعون أجندة CNN في الصومال. وما يلاحظ على هذه النظرية، وهي نظرية أثرت الميديا على إتخاذ القرار لدى الدول الغربية بالتدخل في القضايا الإنسانية، فإن كل من الباحثين الذين يقرون هذه النظرية لم يأتوا بحجة دامغة، ويؤكد ذلك، الباحثين: Mermin و Livingston و Eachust وإلا كيف تفسر عدم تدخل الدول في الإبادة الجماعية التي حدثت في رواندا سنة 1994، وحدث التدخل في الصومال⁽¹⁾، من نفس الوقت.

(*) Lawrence Cowmig كاتب سياسي ومؤرخ بريطاني ولد 1919-1991.

(**) أستاذ محاضر في مادة الاتصال السياسي، والشؤون الدولية، جامعة جورج واشنطن منذ 1996 - 2002.

(***) مؤلف كتاب The Agenda setting Function of mass media.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect :Ibid P23.

مناقشة نظرية تأثير الميديا.

يرى Jones* بأنه يمكن الجزم بأن للميديا تأثيرات أو تسيطر أو تعتبر للميديا الأثر البالغ على السياسة الخارجية عندما تكون هذه الأخيرة، غير مؤكدة وهشة (السياسة الخارجية).

والرؤيا الثانية، تتزعمها (Shaw) (***) صياغة تحديد تأثير تغطية الميديا، يكون بإنصاف الميديا، لأن في أغلب التغطيات الميديا لا تتعامل مع الأحداث بموضوعية، في القضايا الإنسانية وتختلف المعالجة من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، فمثلا لولا تعاطف الميديا مع قضية الأكراد سنة 1991 ما كان يحدث ضغط على الساسة للتدخل.

وهنا إعتبار تأثير الميديا على القرار السياسي أو السياسة الخارجية إذا وقفت إلى جانب معناه القوى، والعكس إذا حاولت الميديا التقليل من شأن الكارثة الإنسانية وتحقيق معناه الشعوب، تؤدي إلى عزوف الساسة عن إتخاذ القرار.

هذه الرؤيا تقودنا إلى تقسيم السياسة الخاصة وهي " نموذج تفاعل الميديا" و عليه فإن السياسة المؤكدة وصياغة الميديا تحتاج إلى وضوح وأكثر عملياتي.

تأثير (CNN) والسياسة الأمريكية (حالة البوسنة)

الخلفية التاريخية: بعد إختيار المعسكر الشرقي بقيادة الإتحاد السوفياتي سابقا، انهارت كل الجمهوريات التابعة لها في أوروبا، هذه الكتلة الممثلة في فيدرالية جمهورية يوغسلافيا، ومع بداية 1990، انفصلت عدة دول عن الكتلة الرئيسية ومن هذه الدول، سلوفينيا وكرواتيا، و أعلنت البوسنة كذلك انشقاقها عن جمهور الفيدرالية اليوغسلافية، هنا بدأ الصراع على أوجه بين المؤيدين للبقاء وهم الجيش الصربي. وبدأ الصربيون المواليين ليوغسلافيا بإغتيال المسلمين هناك، وبعد المجازر الرهيبة في حق المسلمين، انزعج الإتحاد الأوروبي قليلا، وفكر بإستدعاء قوات الأمن لحفظ السلام.

حصرت البوسنة من طرف الجيش الصربي الكوراتي، في إغتيال دامي رهيب، عرفت بمجزرة القرن العشرين. إزداد الضغط والقلق لدى البيت الأبيض في الولايات المتحدة الأمريكية، بدأ من الكونغرس وكتابة الدولة للخارجية، وبدأت الإجتماعات المتعاقبة لأخذ موقف تجاه ما يحدث في أرض البلقان⁽¹⁾

تأخر تدخل الولايات المتحدة الأمريكية إلى غاية 1995، بعد أن حدثت التصفية العرقية- لشعب البوسني المسلم، وحدثت مجازر سيربيرنشا العظيمة في التاريخ، وحسب الصور المبعوثة، والذين عاشوا الحدث فإن الوديان صارت تفيض بالجنث.

فلماذا تأخر المجتمع الدولي من التدخل بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية؟

(*) أستاذ الصحافة جامعة كاليفورنيا، الإسم الكامل Rosertapns Jones

(**) المؤلف Donalde, Scham استاذ الصحافة بجامعة شيكاغو.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P97.

وهل تدخل الولايات المتحدة نقمة أم نعمة على الشعب البوسني؟

ومن حرّك ضمائر الغرب تجاه قضية البوسنة؟

نعم تدخلت الولايات المتحدة في قضية البوسنة والهرسك سنة 1995، دبلوماسياً وعسكرياً، تحت مظلة حقوق الإنسان، والمدنيين الذين تعرضوا إلى بطش الصرب، وصول القوات الأمريكية إلى البوسنة في شهر جويلية 1995، وقصفت القوات الأمريكية كرواتيا وإستوت على مدينة كرواتيا، وفي العاشر من أوت 1995 أول ندوة صحفية في البيت الأبيض حول الأحداث في أرض البلقان.

التقى الرئيس الأمريكي آنذاك كلينتون، بالصحفيين قائلاً: "إنها لحظة مهمة في البوسنة، وتستطيع أن تكون لحظة وعود، إنا قواتنا تدخلت خلال الأيام الماضية القليلة، وهناك أمراً قد تغير في المنطقة إنه الوقت للتحرك من أجل صناعة سلام"⁽¹⁾

تدخل حلف، الناتو(Nato) وقوات حفظ السلام التابعة للأمم المتحدة، بعد قصف الأسواق الشعبية للبوسنة، وسقوط بلدة سيريرنتشا، ففي 14 من شهر سبتمبر 1995 توصل الأطراف إلى إعلان إتفاق يقضي، بإنسحاب الجيش الصربي من المنطقة وسحب ذخيرة السلاح الثقيلة، والحق هذا القرار بمدة 144 ساعة لحد أقصى لسحب الأسلحة الثقيلة، للجيش الصربي الوطني، إلى 21 سبتمبر في نفس السنة أنتهت حق الآجال المحدد لسحب الأسلحة الثقيلة وأعلنت حق الناتو في شهادته بأن الجيش الصربي قد سحب أسلحته، وأن الضربات الجوية قد توقفت وتراجع الجيش الصربي 20% من الأراضي البوسنة، ومع نهاية سبتمبر انتهت الحرب. للعلم فإن كل من فرنسا وبريطانيا كانت تسيطران على الوضع حتى لا تكون هناك إستجابة دولية تجاه البوسنة، وعند وصول القوات الأمريكية إلى المنطقة، إعتمدت على حلف الناتو، كما سبق الذكر، بعدها بأيام عزل الجيش الصربي وطبق الحصار ولجأ إلى إختطاف مجموعة من قوات السلام التابعة للأمم المتحدة، وطبقا لكلام " أليكسندر" فارشيو" (Alexander Vershou) ^(*) فإن صورة هؤلاء المختطفين تبث على جميع قنوات أنحاء العالم، إضطر صناع السياسة، إلى تغيير الموقف تجاه المنطقة.

كما أحدث توبيخاً صارحاً لكل من فرنسا وبريطانيا، بما كانوا يخفون مما يجري في المنطقة، وعلى هذه الفضيحة، سارعت إلى تغيير الموقف، بإستجابة سريعة وكانت أول إستجابة أوروبية تجاه ما يحدث في البوسنة والهرسك في المقابل كانت إستجابة قبلها من طرف الولايات المتحدة سريعة وفي عين المكان، وبالضبط في شهر جوان 1995 كانت هناك عدة متغيرات حدثت في السياسة الخارجية الأمريكية، أهمها:

تقدمت الولايات المتحدة بعرض " للناتو" يقضي بمساعدة الولايات المتحدة الأمريكية لقوات حفظ السلام في البوسنة، المقترح تضمن خطة هجومية.

العلاقة بين أمريكا وأوروبا دخلت في متاهات كبرى، أهمها تخوف الأوروبيين من بقاء أمريكا في المنطقة.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P100.

(*) مسؤول في الإتحاد الأوروبي سابقاً.

أدى هذا النزاع إلى التخوف من تصدع الناتو لكن مستشار الأمن القومي لايك (Lake)⁽¹⁾. إقترح اقتراحين وهما:

وجود القوات الأمريكية في المنطقة لتسوية حفظ السلام.

خلق مبادرة أمريكية للسلام في المنطقة.

وطبقا لـ (Wood Ward) فإن خطة لايك سميت بنهاية إستراتيجية اللعبة، وأما Loza فيقول بأن سياسة العصا والجزر التي إعتمدها الولايات المتحدة على لسان المستشار الأمن القومي تعتمد على تقوية الحوار بين البلدان الغربية.

وبعد سقوط سيربونيتشا (المنطقة الآمنة) في غضون الـ 11 من جويلية، كان وصل رقم الأموات إلى 8000 ضحية هذه المجازر كادت أن تحدث تصدع في المعسكر الغربي، حيث كان هناك غضبا شديدا في الأوساط الأوروبية، وعمت الكآبة في البوسنة. حينها علم الصحفي (Holbrook) في شبكة ABC حصة خط الليل (Night line) "نحن نوافق على أن سيربونيتشا كارثة حقيقية..". إنها ثاني كارثة التي نراها إلى حد الآن بعد الحرب العالمية الثانية.. " إنه السقوط الأعظم الجماعي للغرب منذ 1930.

بعدها مباشرة أعلن الرئيس الفرنسي جاك شيراك، في رد فعل قوي بتدخل الجيش دعما لبريطانيا وأمريكا، وأعلن صراحة بأن فرنسا تأخرت عن الحدث. وفي الـ 17 جويلية المستشار لايك (Lake) قدم خطته المسماة، نهاية اللعبة إلى وارن كريستوفر" ووليام بيرري ومادلين ألبرايت ووزيرة الخارجية آنذاك، وساندي برقر^(*) وقبلت فكرة لايك بالتحفظ، لكن الرئيس الأمريكي قبلها مباشرة وأعلن بأن القوات الجوية، الأمريكية تبين للعالم كيف تتعامل مع الحدث، في حالة تعرض المنطقة الأمنية إلى هجوم من الجيش الصربي.

وبعدها مباشرة في 23 جويلية التقى وزراء الدفاع الثلاثة (الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، وفرنسا في ندوة في لندن، وقرروا الذهاب إلى بلغراد لإقاع الناتو للتدخل بعد مجازر سيربونيتشا.

وفي نهاية جويلية ظهر الرئيس ميزولفيتش كأحد المطلوبين في قائمة المستهدفة من طرف الناتو وضعت الولايات المتحدة الأوروبيين في حرج أمام تشخيص الوضعية، وجاء القرار بالتدخل السريع لإنقاذ ما يجب إنقاذه.

والسؤال المطروح هل السياسة الخارجية الأمريكية تأثرت بالميديا؟

أم الميديا تتعاطف مع الحدث كنتيجة لدور السياسة الخارجية؟

ولذلك اخترنا التغطية الصحفية لما بين سقوط سيربونيتشا وتحديد المنطقة الآمنة فورارد^(**).

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P75.

(*) هو المستشار 19 إشتغل كمستشار الأمن القومي في عهد الرئيس كلينتون

(**) هي المنطقة المحمية من طرف المم المتحدة.

التعاطي مع النازحين والنقد اللاذع للغرب.

لقد تعاملت الميديا الأمريكية بعد سقوط سيريتشا مع الحدث معاملة في غاية الأهمية، بإعتبار الحدث مهم في التاريخ الإنساني والكارثة طامة في العلاقات الدولية على العموم وأمريكا على الخصوص وذلك يتجلى من خلال الخبر الذي خصص للقضية في الصحافة الأمريكية فمثلا واشنطن بوست، ونيويورك تايمز، خصصتا 70 مقالة على اليومية منذ 11 جويلية إلى غاية 18 من نفس شهر أي بمعدل أربعة 04 مقالات في اليوم مع العلم أن هذه المقالات على الأقل واحدة من المقالات تصدر في الصفحة الأولى.

أما فيما يخص الصحافة السمعية البصرية كذلك كان لها الدور المهم فمثلا شبكة (CBS)، تعاملت مع سقوط سير برينتشا معاملة النقل الحي للأخبار وعلى مدى ساعات الأخبار، خاصة ما بين الفترة الحادية عشر 11-14 جويلية⁽¹⁾.

أما شبكة (CNN) فخصصت حصة قصة إخبارية حول البوسنة، خلال مدة ثمانية أيام ولمعرفة مدى عمق تأثير سقوط سير برينتشا لدى الصحافة الأمريكية والسياسية. يجب تحليل ما يربو من 35 مقالة صحفية، 12 مقال خصص للنازحين من سيريتشا، و22 يحتوي على السياسة الغربية تجاه الحدث.

فماهي اللغة التي أستعملتها الصحافة في التعامل مع قضية البوسنة ؟
وتعني باللغة، هي الألفاظ المستعملة والكلمات وجملة النعوت التي تبين مدى تعاطف الميديا الأمريكية مع مأساة البوسنة. عندما كان الهواء يفرق بنواح النساء والأطفال خوفا من الموت البشع، حيث قدر عدد النساء والنازحين بـ 3000 امرأة

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P78.

فمثلا شبكة (CBS) أستعملت عنوان عريض: البوسنة الجريحة والجدول (1) الآتي يبين النعوت التي أستعملت

أوصاف الفشل / عند الغرب	أوصاف التعاطف / مع شعب سيريريتشا
1) يتكلمون أكثر بلطف لكن الواقع لا شيء	- مأساة إنسانية
- سقيم	- الجوع
- عرقلة السلطة	- الخوف
- مسألة قابلية للجدية	- قلة المأونة والنقدية، الماء أو الدواء
- يفعلون قيلا، ومتأخرا	- تهجير من منازلهم
- الشرط	- جريان الدموع
- إهانة شكوى الأخرى	- يصلون لفقدانهم
- ترد في إستعمال القوة	- تكليس
- حتى النهاية	- هستريا الخوف
- أقل قوة	- لا يحملون إلا ملابسهم
- سيكون بالمفاجأة	- بدون أعطية تحميهم من حر الشمس أو قر البرد
- الحضور عند الخطر	- سيقون خارجيا
	- معاناة إنسانية
	- إغتصاب
	- قتل جماعي
	- إجرام
	- قرابة الولادة (وضع الحمل)

الجدول (1)

ضد شعب سيريريتشا يظهر هذا الجدول صياغة الأخبار، وكيف وصفت الصحافة الأمريكية، فشل الغربي، وأوصفته بكل الصفات غير اللائقة، وهو الفشل الذريع لسياسة الغرب، تجاه المأساة الإنسانية، وتعمدت الميديا الأمريكية بإستعمال هذه العبارات وهي صفات الفشل عند الغرب وتقاعسه لكن تحمي ما تبقى من سيريريتشا وشعب البوسنة، بعد فشل هيئة الأمم المتحدة، وقوات حفظ السلام في المنطقة.

الجدول(2): يبين تغطية الميديا لهيئة الأمم والغرب من 11 إلى 18 جويلية 1995

صياغة الفشل الكلمة الدليلية	المرات	صياغة النجاح الكلمة الدليلية	المرات
فشل	62	نجح	05
إنسحاب	107	بجمي	56
نخاية	11	إستمرارية	10
المجموع	180	المجموع	71

الجدول (2)

صيغة التعاطف		صيغة الحياد	
الكلمة الدلالية	المرات	الكلمة الدلالية	المرات
اللاجئين	236	المسلمون	83
الشعب (العباد)	148	البوسنيون	29
النساء	68	الرجال	66
الأطفال	52	الجند	15
كبار السن	13	المقاوم	02
- المجموع	517	المجموع	195

الجدول (3)

الجدول(3) يبين تغطية الميديا الأمريكية لأبعاد شعب سرينيتشا من 11 إلى 18 جويلية⁽¹⁾

إن سقوط سيرينيتشا سبب حرجا كبيرا لدى الغرب عموما وأمريكا خاصة، فعلا أخلط الأوراق، وأحدث انشقاقا داخل البيت الأبيض.

ففي الحادي عشر من جويلية 1995، عندما سئل المستشار الأمن القومي " لايك " "Lake" من طرف صحفي، حول وضعية البوسنة، وطلب منه تقييم للوضعية فإن المستشار

أجاب بوضوح قائلا: "عندما تكون في وضعية كهذه لأسباب متعددة، إجابتي تكون لا ولا تعليق" وفي نفس اليوم كان يعقد المتحدث بإسم البيت الأبيض الإيجاز الصحفي مايك ماكيري " فشل حول إمكانية التدخل الأمريكي أولا لم يجب بوضوح وتخطى للصحفي الثاني.

ولليوم الثاني مايك ماكيري أجاب قائلا على سؤال شبه الأول حول إمكانية التدخل العسكري قائلا: " أعتقد ليس بالإمكان التدخل العسكري إلى حد الآن.."⁽²⁾.

مجزرة الأسواق العمومية سنة 1994.

قصفت سرايفوا في 05 فيفري 1994، وخلف القصف مجازر بشعة، أذهلت الغرب الصور المرعبة التي بثتها التلفزيونات، مما أخرج الإدارة الأمريكية آنذاك إزاء الأوضاع الرهيبة، من جراء العمل الهجومى للجيش الصربي بعدها بأربعة أيام، خرج الرئيس الأمريكي " كلنتون" محذرا الجيش الوطني الصربي إذا لم يكف، سيتعرض إلى غزو جوي من طرف القوات الأمريكية.

السياسة غير اليقينية.

في بداية أزمة البوسنة تجنبت الولايات المتحدة الأمريكية، الخوض في القضية، وابتعدت دبلوماسيا وعسكريا، وطبقا لقول وارن كريستوفر Warren Christofer فإن الرئيس كلنتون في هذه الفترة كان قد وقفا كتابا حول جذور الصراع في البلقان هذا يعني أن مسألة البلقان بدأت تؤرق الساسة الأمريكيين، مما استدعى الأمر إلى لقاء لقلب الناتو في الشهر جانفي 1994 لتدارس الصراع الدامي في المنطقة، وخلال أسبوع من القصف " سرايفوا" التقى وزير خارجية فرنسا جيبي (Juppè) مع نظيره الأمريكي وارن كريستوفر و حدثه على أن تضغط الولايات المتحدة على مسلمي البوسنة على الإستقرار.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P102.

(2) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P110.

وفي الـ 25 جانفي 1994 كتبت جريدة نيويورك تايمز على الصفحة الأولى عنوانا عريضا "الولايات المتحدة ترفض منا شدة التدخل في قضية البوسنة".

وعليه جاء النقد الواضح من وزير خارجية فرنسا Juppé عندما قال "على أصدقائنا الأمريكيين أن يبحثوا مسلموا البوسنة عن التخلي عن الجهاد وإلا ستكون هناك كارثة في المنطقة" أنه تصريح (*). ناقد للسياسة الخارجية الأمريكية.

ساهمت هذه التصريحات في استصدار قرار التدخل الأمريكي، حينما اجتمع قادة الجيش المتمثل في الجنرال "شالي كاش فالي ووزير الدفاع "وليام بيرى" مع كاتب الدولة كريستوفر هيل في صياغة ورقة عمل، للتعرف بالدور الأمريكي غير الناشط تجاه البوسنة.

مما دفع بمستشار البيت الأبيض السيد David G. Gergen (***) إلى تقديم نصيحة إلى الرئيس كلينتون إلى صياغة سياسة جديدة تجاه المنطقة كرد على الضغوط التي وضعت على السياسة الخارجية، جاء ذلك في خطاب كلينتون بعد قصف الأسواق العامة في سرايفو "قائلا لقد انتهت للتومون إجتماع مع المستشارين، وناقشنا الأوضاع في البلقان وأهمها جاءت سرايفو ووافقت على تقديم كل الدعم وسفيرنا في المنطقة ووزيرة الخارجية "ألبرايت" لمواصلة المشاورات مع حلفائنا حول الخطوة القادمة، التي ستؤخذ كرد على الحادث الخاص لإيجاد توافق بين الأطراف".

وفي السابع من فيفري، صرح الرئيس الأمريكي كلينتون في خطاب موجه إلى الجيش الوطني الصربي، إذا لم يتراجع وينسحب وسيعرض إلى ضربة جوية قاضية، كانت أول إستجابة من طرف الولايات المتحدة الأمريكية. وفي اليوم التاسع 09 من فيفري وبعد 14 ساعة من الإجتماع وافق مجلس شمال الأطلسي والحلف الأطلسي على قبول سياسة الولايات المتحدة تجاه المنطقة، جاء ذلك في تصريح علني للرئيس كلينتون برر استعمال القوة قائلا "كبقية الناس في كل مكان، لقد صدمت بالقتل الممجي للأبرياء المدنيين في سرايفو خلال السبت الماضي، إن إحداث السنة الماضية وأحداث الأيام الماضية القليلة قوّت إيماني بأنني سنوقف قصف سرايفو وقتل الأبرياء".

ولذلك الولايات المتحدة تعمل جاهدة مع حلفائها، الذين عدوا اقتراح لأتهاء المجازر الدموية مع وجود أية ذخيرة سلاح للجيش الصربي أو أي قصف ثاني فإن الناتو مستعد لقصف الصرب."

خلال هذه الفترة الوجيزة لوحظ على السياسة الخارجية غير المدروسة مستوين: يعني أن هناك بعض صناعات السياسة بدأوا يبحثون على قوة قصة البوسنة ولتطويق الصراع في المنطقة أي وجود سياسة غير يقينية. والمستوى الثاني: هو المستوى الكبير ليس هناك سياسة، فقط استجابة عسكرية.

(*) Sciolin تعريف: رئيس مكتب نيويورك تايمز في باريس صحفي أمريكي له ثلاثة مؤلفات

(**) هو كاتب الدولة للشؤون الخارجية الأمريكية رقم 63 ولد عام 1925.

تقييم الأثر.

إن غياب السياسة المدروسة تجاه قضية ما يربك في كثير من الأحيان صناع القرار السياسي، تجاه القضايا مما تفتح المجال أمام الميديا لتلعب دورها المهم، ففي هذه الحالة وبإعتراف كاتب الدولة " كريستفر " عندما صرح لشبكة NBC في برنامج اليوم Today توداي بأن الصور التي بثها التلفزيون من سرايفو بعد قصف الأسواق العمومية، طغت على السياسة الخارجية، خوفا من الحرج الذي وقعت فيه الولايات المتحدة أمام صور التلفزيون⁽¹⁾.

وكذلك إعترف أنطوني لايك بأن الساسة أو صناع السياسة الخارجية، قد تأثروا بالصور الأليمة التي كانت تأتي من سرايفو

جاء ذلك على لسان مراسل شبكة CNN رالف بيليتير "Ralph Begeiter" عندما قال: " أن هناك مصور مطلع في إدارة كلينتون أبلغه بأن الرئيس تأثرا كثيرا بالتغطية الصحفية لأحداث سرايفو".

محدودية تأثير CNN في قضية كوسوفو.

على غرار بقية الجمهوريات التي انفصلت عن بلغراد كالبوسنة والهرسك، أرادت كوسوفو الانفصال، لكن الأحداث الجارية في المنطقة أجلت ذلك إلى وقت لاحق ومع ميلاد حركة ألبان كوسوفو المناهية بالإنفصال، ومع تنامي الخوف من جراء الحرب الأهلية وزيادة قوة سيطرت الجيش الصربي على المنطقة، إغتتم الفرصة، الرئيس مليونزوفيش ليجعل كوسوفو هي قلب أرض البلقان شعب الصرب، مع منح كوسوفو بعض الصلاحيات الإستقلالية.

وإزداد الضغط من طرف ميزولوفيش على شعب كوسوفو، زادت في معارضة كوسوفو تلك المعارضة السلمية، ومع وضع الحرب البوسنة أوزارها مع نهاية 1995 وبدأت المباحث لإيجاد إستقرار دائم في المنطقة خرج الكوسوفيون من المفاوضات لتبدأ صفحة أخرى من الحرب في المنطقة.

ومع السياسة التي أنتهجتها كوسوفو السلمية، ازداد التعاطف الدولي لدعم جيش تحرير كوسوفو، وفي سنة 1997 هاجم جيش تحرير كوسوفو المعروف KLA ثكنة شبه عسكرية صربية جبهة برد عنيف من طرف الجيش الصربي، التي أدت إلى ضرب المدنيين والأبرياء .

كانت هناك استجابة سريعة من طرف المجتمع الدولي، على رأسهم الولايات المتحدة الأمريكية. التي أخذت القضية مأخذ الجد، مما أسرع مجلس الأمن إلى إتخاذ قرار رقم 1160. الذي يدين إستعمال القوة من طرف الجيش الصربي ضد كوسوفو.

أوفدت الولايات المتحدة كل من الدبلوماسي Holbrook وchristopher Hill سفير الولايات كمباحوث خاص إلى كوسوفو، لإتخاذ صيغة توافقية من الجيش وألبان كوسوفو.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P92.

ومع مطلع 1988 توصل الطرفان إلى إتفاقية وقف إطلاق النار مع مراقبة دولية لإنجاح هذا المسعى، لكن سرعان ما إنهار الاتفاق وبدأت إصطدامات بين الطرفين⁽¹⁾ مما تسبب في نزوح 200,000 نازح ولاجئي، هذه الوضعية استدعت دخول الولايات المتحدة إلى التدخل و استعمال القوة المشروعة ضد صربيا.

بداية الحرب - سبتمبر 1998 إلى غاية مارس 1999 التدخل الأمريكي.

إعتمد حلف الناتو خطتين - خطة دبلوماسية لتطويق الأزمة وقوات تفتيش عبر تراب كوسفو. والخطة الثانية هي القصف الجوي - لصربيا، وصل عدد قوات التفتيش التي إعتمدها حلف الناتو إلى 2000 مراقب عبر تراب كوسفو.

لكن المعارك العنيفة مازالت تدور رحاها إلى غاية جانفي 1999، عندما حدثت مجزرة ركاك (Racak) التي راح ضحيتها 45 ألف من كوسوف، هنا لعبت CNN الدور المهم في كشف حقيقة عن المجزرة بإعتراف السفير الأمريكي إلى مقدونيا "Christopher HILL"^(*) لأن في البداية المهمة "الناتو لم يكن لضرب الصرب بل للتخويف فقط، ودعت الولايات المتحدة الأمريكية - الطرفين إلى جلسة محادثات في فرنسا من أجل وقف إطلاق النار.

لكن "ميلوزفيتش" رفض الإقتراح، مما سهل الطريق أمام الناتو والقيام بضربات جوية^(**) ضد الصرب ومع منتصف شهر مارس فشلت المحادثات وإستعد الناتو للضرب، وإنسحبت هيئة التفتيش لكوسوفو (K.V.M) من كوسوفو، وفي يوم الـ 24 مارس بدأت غارات الناتو. في رسالة تصعيدية إلى الرئيس الصربي "ميلوزفيتش" بعدم تصعيد الهجوم من جهة ومن جهة ثانية لدفعه نحو التعاون والإدغان كما تمليه الولايات المتحدة جاء ذلك على لسان كلينتون في خطاب ألقاه قائلا:

إن الغرض من هذه الغارات الجوية يهدف إلى ثلاثة عناصر:

أولا: إظهار قوة وجدية الناتو ضد القضية ثانيا: تحطيم ميلوزفيتش وابعاده عن هجوم المدنيين، ثالثا تحطيم قوة صربيا حتى لا تقف حجر عثر أمام مستقبل كوسوفو.

كان يرى الساسة الأمريكيون الساهرون على صناعة السياسة الخارجية، بأن القصف الجوي لصربيا سيكون أيام معدودات، ويرضخ ميلوزوفيتش لأوامر الولايات المتحدة جاء ذلك على لسان وزيرة الخارجية الأمريكية "مادلين البرايت" بأن هذه العملية لا تدوم مطولا، لأن هذه الغارات لم ينج منها كلا الطرفين.

لكن القصف طال ولم يرضخ ميلوزوفيتش للأوامر، وبدأ النزوح للألبان تجاه المناطق المجاورة، إنه تطهير عرقي محظ.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P94.

(*) سفير أمريكا إلى مقدونيا، قاد المحادثات مع كوريا الشمالية لتفكيك مركبها النووي.

(**) نعوم شمكي أستاذ اللسانيات في جامعة (M.I.T) بالولايات المتحدة الأمريكية من أصل يهودي، يعترف بأن دولة إسرائيل دولة متعدية على فلسطين، وله 100 مؤلف. عن كتاب صناعة الاجماع، الصحافة والاقتصاد الطبعة الأولى 1986، ص 84.

إن تدخل "حلف الناتو" كان الغرض منه هو تدخل من أجل حماية حقوق المدنيين والأبرياء من بطش الصرب، لكن المأساة كانت من نوع آخر من جراء الغارات الجوية وزاد في حقد ميلوزوفيتش، مما عقد الأمور وازدادت الأزمة في تضارب من الآراء، من اليمين واليسار والتطهير العرقي يحدث ذلك في وضوح النهار، وفي مرأى من المجتمع الدولي، ومنظمات حماية حقوق الإنسان.

وفي هذا الخضم السياسي، والأزمة الدموية، ماهو الدور الذي يجب أن تلعبه الصحافة؟

لعبت الميديا الأمريكية دور أولي وهو صناعة القبول والرضا في السياسة الغربية.

والدور الثاني هو النقد اللاذع لسياسة الولايات المتحدة والناتو على حد سواء.

حيث عمدت الميديا على صناعة الرضا أو صناعة القبول بمستوى الرضا لدى المعارضين في السياسة نحو قضية كوسوفو⁽¹⁾.

وعملت الميديا على تدعيم الإتجاه الدبلوماسي أحسن من التدخل العسكري، للناتو مع بداية القصف، تحولت إلى دور كلب الحراسة في الأثار التي ستنتج عن الغارات الجوية للناتو، كالنازحين والآجئين، وقذف سفارة الصين في بلغراد.

في نفس الوقت الميديا الأمريكية تخوفت من أن سلوبدان ميلوزوفيتش أن يكسب معركة الدعاية أي الحرب الدعائية.

لكن ما يهم في هذه المسألة هو تسليط الضوء على السياسة المدروسة اليقينية وصياغة الميديا خلال الحملة الجوية على الصرب.

لنعرف و نقبل بأن هناك سياسة مدروسة وإعلام محاييد في هذه المرة ولمعرفة أو تدليل الصعاب يجب تطبيق سياسة نموذج الميديا التفاعلي، خلال الفترة من 01 أبريل إلى 26 ماي 1990.

تعاطف الميديا ونقد السياسة الرسمية.

تعامل الميديا مع العملية خلال الفترة الممتدة من أول أبريل إلى 20 ماي 1990 كان تعامل قوي وضخم، بحيث كان زهاء 1000 مقال نشر في جريدتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست، هذا النشر الهائل يعتبر كمرجع لقضية كوسوفو.

(1) Chomsky صناعة الرضا، الصحافة والإقتصاد. 84 الطبعة الأولى 1986. مرجع سابق ذكره ص 90.

بتقدير 09 تسعة مقالات يوميا في كل جريدة، ويوميا على شبكة (C.B.S) أما شبكة C.N.N

نقد سياسة الغرب	نقد التعاطف والتضامن الكوسوفو
- يا للعار ما هذه السياسة	- آلاف اللاجئيين
- القصف وحده غير كافي	- أجسام مفحمة
- من ضعف	- تعذب، إغتصاب، وقتل
- يركزون على الخطر أكثر من النتائج	- بؤس اللاجئيين
- السياسة الخارجية تعاد الرأي العام	- ثلاثة ليالي نوم خارج البيوت
- سياسة مختشمة تطبق في كوسوفو	- أمهات تموت عند الولادة
- غير محضرة بالكامل	- أناس يموتون وينامون في العراء
- ليس هناك خطة	- ليس هناك مساعدة للنساء والأطفال
- إنهاء أخطاء سياسة فادحة	- الدخان يتصاعد من البيوت
- إنه الفشل الذريع في إضعاف ميلوزوفيتش	- تحطيم المسجد
- لولا هناك الجيش ليس هناك نصر	- بيوت تحولت إلى ركام

الجدول (1)

فخصصت 1,406مقطع إخباريا على كوسوفو خلال الفترة المذكورة سالفا.

لذلك فإن الميديا الأمريكية تعاملت مع قضية كوسوفو كقضية إنسانية، ودعمها بإخراجها إلى العلن خاصة اللاجئيين الفارين من الحرب، كما كشف النقاب عن السياسة الغربية تجاه القضية.

وبناء على التحليل فإن كل من هذه المقالات والأخبار الساخنة كان هناك 1429 تقرير، فعلا أثر بمستوى

الإستجابة وإعتماده كمرجع أساسي في

الأحداث. خاصة التقارير ذات الصلة بعدم حماية التطهير العرقي في المنطقة والجدول (1) يبين مدى

تضامن الميديا الأمريكية مع كوسوفو.

الجدول (2) يبين التغطية الصحافية لإجلاء سكان كوسوفو ما بين أبريل وماي 1999

صياغة التعاطف	صياغة الحياد
- الكلمات الدليلية	- الكلمات الدليلية
اللاجئيين	المسلمين
الناس	الأليانيون
النساء	الرجال
الأطفال	الجنود
المجموع	المجموع
724	25
877	482
45	65
50	14
1,696	586

الجدول (2)

فحسب قراءة الجدول، فإن الميديا وقفت ووقوف التضامن مع البان كوسوفو، ذلك من خلال الكلمات الدالة على التعاطف التي بلغت الألف وتسعمائة وستة وتسعين لكلمة مقارنة مع حياد بعض الشبكات CBS مثلا، التي تعاملت مع القضية، تعامل عادي طبيعي.

ومن هنا تبين أن شبكة CNN دعمت القضية تدعيما واضحا، من عدد التقارير والخصص التي لها علاقة بكوسوفو، وأظهرت شبكة CNN دعمها ليس من خلال

الوقوف وقصف كوسوفو ولكن من خلال تدعيمها للحملة التي قادها حلف الناتو ضد الصرب.

لكن صناع السياسة الخارجية لم يتأثروا بما كتب في الصحافة المكتوبة قادوا حملة ضد الصرب في شهر ماي وبداية شهر جوان 1999 وذلك استجابة لضغط التلفزيون وعلى رأسه CNN، خاصة عندما دعمت ووقعت إلى جانب سياسة الغرب المتمثلة في القصف الجوي ضد الصرب وتبعا للتغطية المزروجة والتغطية الصحفية المدعومة والتزواج بين السياسة المدروسة جعل من CNN لها تأثير بالغ الأهمية .

ويؤكد ذلك (Alex Ander Vershbaw)^(*). بأن CNN أثرت بشكل هامشي، وأن السياسة أديرت بحكم الصراع القائم في المنطقة، إلا أن الميديا وفقت في الضغط على "ميلوزوفيتش".

أما خطة الميديا المعتمدة على صياغة التعاطف، أثرت على الحملة الجوية التي قادها الحلف على الصرب، مما خلقت دعم لصناع السياسة ليشرحوا مواقفهم للرأي العام.

فمثلا (Vershbaw) يقول بأن التغطية الصحفية للآجيين، ساهمت في رفع الغبن عن قادة الغرب، وحثهم من شرح طويل للرأي العام " وأن ليس هناك طريقة مثلا يفسر بها للرأي العام أفضل من الميديا"، أما ما يذهب إليه (Clark)^(**) تعبيره بأن من استخلصناه من الصحافة وردود فعل الرأي العام هو أن ميلوزوفيتش يحمل خطة جهنمية هي إبعاد البان كوسوفو من بريستينا (Pristina)^(***) وأن قوة الرأي العام دعمت الناتو بكثير".

ما يدعم ذلك كذلك تصريح وزير الدفاع البريطاني جورج روبرسون (George Robertson) قائلاً: "ذهبنا من أسبوع فقط، كان الناس يقول فيه لماذا تقصفون إلى أسبوع يقول فيه إن ما يقصفون غير كاف، لأن ماكان يجري لم يكن يأبي شاشة CNN ولكن الآن، الدليل واضح من أخبارالليل التي غزت الرأي العام " وفي الـ 12 أبريل خرج الرئيس الأمريكي كلينتون متحدثاً "إن الدعم الذي تلقيه الولايات المتحدة والغرب من جراء التدخل في كوسوفو، هو ثمرة لما قامت شاشات التلفزيون في حشد التأكيد الكامل من الرأي العام".

إن الرأي العام الأمريكي دعم حملة الناتو على الصرب، دون أن التغطية السلبية للأحداث، وهي عدم إظهار الضحايا من طرف الأمريكيين ، لأن الأمريكيين كان يقصدون حربا بدون قتلا.

لكن ما لحظنا هو وقت تغطية الميديا في شهر ماي، وتصاعدت في بداية أبريل لأن هذه الفترة النخبة كانت في شبه صراع من أجل صناعة الرضى " والقبول والتفتيش على الحقيقة لهذا الدور التي قامت به الميديا، وعند فشل التصعيد الذي كان يقوده "الستاتور مكس" في الكونغرس من أجل إيجاد الحل عن طريق الناتو، رجعت الميديا لمساندة الناتو.

وفي الحقيقة الأمر إن الصحافة المكتوبة وجدت بأنها وقفت ضد التلفزيون، في نهاية أبريل والمتمثل في CNN التي كانت تقر بوجود سياسة مدروسة في المنطقة.

وهذا هو لب الخلاف بين الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية ف CNN عملت على وجود سياسة مدروسة، ودعمت الحرب بإظهار الآجيين والمعناه إلى الرأي العام الذي يساعد في إيجاد وتبرير للناتو في ضربه للصرب أي إيجاد شرعية لذلك بمعنى آخر أن النقد البسيط الذي قدمته الميديا المكتوبة في مسألة كوسوفو هو نقد من النخبة التي كانت ضد القصف العشوائي، سرعان ما تحول إلى دعم تأثير CNN في نقل الصور الحية.

(*) سفير الولايات المتحدة الأمريكية إلى كوريا الشمالية، وعمل مع حلف الناتو من 1998 إلى 2010.

(**) Clark : هو الـ 16 رئيس وزراء كندا ولد سنة 1939، والآن هو أستاذ بإحدى جامعات كندا.

(***) أحد أكبر ولايات جمهورية كوسوفو التي أستقلت عن صربيا 2008.

مذابح رواندا والميديا الأمريكية.

تمثل بورندي نموذجا في الطوائف العرقية لبعض البلدان الإفريقية فيشكا "الهوتو" غالبية السكان (80 إلى 85%) بينما يشكل التوتسي (14 إلى 20%) من السكان، والتوا الأقزام يشكلون 1% من السكان تجمعهم بعض الصفات كاللغة مثلا فغالبيتهم يتكلمون اللغة الكيروندي، ويدين غالبيتهم بالديانة المسيحية الكاثوليكية، ومن بعض الملامح التي يعرف بها الهوتو، أنهم قصيري القامة، وذو أنف عريض، وشفاه ضخمة، أما الرجل التوتسي، شديد الطول والنحول وعادة ما تبدوا وجوههم حادة.

إلا أن هذه الملامح لم تؤد إلى مجتمع متجانس، بل أدت إلى تناحر شديد عرقي تمخض عنه ما يزيد عن 500.000 قتيلًا في الصراع الذي دام شهر ماي 1994، من جراء سيطرة التوتسي على الحكم والجيش والثروة بالرغم من قلة العدد، وأنهم ليسوا من السكان الأصليين بل أنهم حاميون قادمون من إثيوبيا.

أما التوتسي فهم السكان الأصليون، تم إقصائهم، حيث أصبحوا مجرد مزارعين فقراء من الدرجة الأولى⁽¹⁾. يشكل التوتسي الجبهة الوطنية لرواندا (RPF) التي كسرت شوكة الهوتو وأبعدوا عن رواندا. ومع اتساع دائرة الاقتتال في المنطقة تحرك الضمير الدولي، بإرسال قوات حفظ السلام للمنطقة التابعة للأمم المتحدة. لكن عمل قوات حفظ السلام لم يدم مطولا وجاء الانسحاب بعد اسبوعين⁽²⁾.

ودائما في سياق تأثير الميديا على الأحداث للتدخل الإنساني فإن الاستجابة هذه المرة لم تحدث من خلال تأثير الميديا. وعلى هذا الأساس سنركز على الفترة الممتدة من 06 أبريل 1994 إلى غاية 21 أبريل 1994 وهي الفترة التي تدخلت وانسحبت فيها قوات حفظ السلام.

بعدها قرر مجلس الأمن التدخل في شهر ماي، لكن لم يحدث ذلك إلا بعد التدخل الفرنسي في القضية ولهذا سنحاول الكشف عن العلاقة بين التغطية الصحفية والانسحاب من رواندا ويعني ذلك إنسحاب قوات السلام، ولماذا فشلت الميديا الأمريكية في صنع ضغط للتدخل الأمريكي لوقف المجازر المرعبة.

هذا ما تطرق إليه "Strobec"^(*) عندما وصف الميديا الأمريكية بمحدودية التأثير خاصة عندما اصطدمت بالقرار الرئاسي المباشر 25 (PDD; Presidential decision directive)^(**) الذي أصدره الرئيس الأمريكي السابق "كليتتون" الذي يحدد فيه متى يجب على الجيش أن يتدخل لحماية المدنيين.

(1) خالد حنفي علي: السياسة الدولية، العدد الخامس والخمسون بعد المائة، جانفي 2004. www.siyassa.org.eg.

(2) Piers Robinson : The CNN Effect ;Ibid P 110.

(*) صحفي أمريكي خريج جامعة "يال" مؤلف لعدة كتب، عمل كصحفي بجريدة شيكاغوتريبن لمدة 40 سنة له برنامج ديني تحت عنوان "الإيمان تحت النار بيت فس قناة PAX.Tv.

(**) هو قانون إقترأه الرئيس الأمريكي السابق كليتتون وصادق عليه الكونغرس، يوضح فيه متى يتدخل الجيش الأمريكي، صدر هذا القانون في ماي 1994 على خلفية فشل الجيش الأمريكي في القرن الإفريقي.

ولكن ما جاء على لسان جامس وودس "James Woods"^(*). وعندما أصدر بيانا يدعى فيه بأن أمر بنزع روندا من الخانة السرية للمناطق الساخنة في العالم، وهو ما يعكس مدى جدية السياسة المدروسة تجاه روندا بعدم التدخل ما لا يلاحظ على الفترة السابقة الذكر من 06 أبريل إلى 21 أبريل هناك فقط خمسة ندوات صحفية للخارجية الأمريكية توضح فيها طبيعة المشاكل في روندا وحث رعاياها لمغادرة التراب الروندي خوفا من المجازر، هذه الفترة تتزامن مع إصدار مجلس الأمن القرار لإنسحاب من روندا لقوات حفظ السلام

صيغ الحياد.

يؤكد كل من Stoobel ستوبل، Livingston^(**) و Eachus، فإن الميديا الأمريكية لم تهتم بقضية روندا مع احترامنا للتغطية التي حظيت بها من الفترة 06 أبريل إلى غاية 21 من نفس الشهر 1994، حيث أن نيويورك تايمز نشرت 56 مقالا، تحدثت فيه على الصراع العرقي في روندا، وذلك بمعدل 3,5 في اليوم، ومنها ثمانية (8) كانت على الصفحة الأولى في الفترة من 07 إلى 14 من شهر أبريل.

أما جريدة الواشنطن بوست فنشرت 31 مقالا أي بمعدل 1,9 في اليوم منها سبعة مقالات صدرت على الصفحة الأولى، في الأيام التالية (7، 9، 10، 11، 13، 14، 17 من شهر أبريل، 1994.

أما شبكة CNN فخصصت 43 تقريرا إخباريا يتضمن الأحداث الدامية في إفريقيا الوسطى (روندا)، أي بمعدل 1,9 في اليوم، في حين كل من الشبكات الأخرى والمتمثلة ABC و CBS و NBC تطرقت إلى قضية روندا بكل حيادية بحيث وجدنا أن نفس الفترة التي غطتها الصحف الأمريكية وهي الفترة من 07 إلى 14 أبريل أن قضية روندا كانت تصنع العناوين الرئيسية في نشرة الأخبار على شبكة ABC و بقية الأيام الأخرى كانت تأتي بقضية روندا بعد الدقيقة العاشرة من نشرة الأخبار.

أما شبكة NBC فكانت أقل تركيز على القضية الروندية، حتى جعلت قضية روندا على رأس نشرة الأخبار ليوم واحد فقط (يوم 09 أبريل 1994) وفي اليوم 07 إلى 14 فإن قضية روندا كانت خارج العشرة دقائق الأولى من برنامج الأخبار، أي خارج العناوين المهمة.

وفي الأخير شبكة CBS التي اهتمت قليلا بمسألة روندا، ولم تأتي قضية رولادا بتاتا على رأس الأخبار بل كانت بعد العشر دقائق الأولى من الأخبار فقط لمدة أربع وهي 8، 13، 15 أبريل.

وعلى العموم فإن قضية روندا لم تحظ فعلا بتغطية صحفية مركزة وذات درجة عالية ومنه فإن صياغة الحياد هذه التي أنتهجتها الصحافة الأمريكية تجاه قضية روندا لم تساعد بالكثير على صناعة رأي عام.

من خلال تفحصنا لتغطية الميديا الأمريكية لقضية روندا خلال الفترة السالفة الذكر، تبين أن السياسة اليقينية المدروسة لدى صناع القرار الأمريكي كانت ضد التدخل في روندا، هذه السياسة نبعت من الفشل الذريع

(*) ممثل وزير الدفاع الأمريكي آنذاك.

(**) Livingston محاضر بجامعة جورج واشنطن منذ 1996 مختص في الصحافة والعلاقات الدولية وكذا نظم المعلوماتية

أي تعرض لها الجنود الأمريكيين، في الصومال وقاد عدد معتبر منهم، الذي نجم عنه اصدار قانون (PDD25) فمع احترام الميديا الأمريكية في تغطيتها إلا أنها إلتزمت صياغة الحياد التي يقضي بدعم سياسة عدم التدخل للسياسة الخارجية الأمريكية.

وهناك يظهر التطابق بين أهداف السياسة الخارجية الأمريكية و الميديا الأمريكية.

كما أن وجود الخلاف بين النخبة، السياسية وقليل من سماع الأصوات المعارضة في الميديا التي استطاعت تحدي ونقد خيار سياسة عدم التدخل.

إنه فعلا في هذه الحالة تظهر محدودية تأثير الميديا، وخلقت دعم لدى رغبة عدم التدخل، لكن أي تأثير، لا بد أن نرى طبيعة التغطية أو الشكل، إذا كان هناك شكل خاص يهدف إلى تطبيق سياسة معينة يتم التأثير، كما أن السياسة المدروسة، يصعب التأثير فيها للميديا، خاصة عندما تكون السلطة التنفيذية على دراية بتنفيذ قرار مدروس.

كما أن الميديا تتبع دائما قرار السلطة السياسية، وليس الإلتباع فقط وإنما يجعل الأحداث الناتجة عن قرار السلطة في صياغة دعم لها، وفي حالة الصومال فإن الميديا لعبت دورا عائليا مع السياسة الخارجية بصناعة الدعم لدى النخبة. نفس الحالة في لاجيء العراق نحو تركيا لم تستطيع الميديا صناعة، رأي يقضي، بالتدخل الأمريكي، لحل ملف اللاجئين المتدفقين على الحدود التركية، إلا عندما توفرت الظروف وهي الجيو استراتيجية للولايات المتحدة في المنطقة هذا يعني لا تدخل بدون سياسة خارجية.

إن التفحص لقضية غزو الصومال وجدنا أن الميديا ليس لديها أي تأثير في السياسة الخارجية، بل كانت عبارة عن تابع للسياسة بوش الأكبر، وأن أثر الميديا كان ضعيفا في هذه الحالة. مع العلم أن لم تكن الميديا مجرد تابع لصناع السياسة بل كانت تدعم تدخلهم ولعبت دورا مألوفا وعائليا مع السياسة الخارجية الأمريكية، وساهمت في صناعة القبول والإحتواء للنخبة من طرف الرأي العام.

أما في حالة العراق عند تدفق اللاجئين على الحدود التركية (من الأكراد) انتقدت (CNN) سياسة بوش المبينة على عدم التدخل، وإلتزمت إدارة بوش السكوت وعدم الخضوع لما تغطيه (CNN) إلا أن توفرت المصلحة وهي الجيو إستراتيجية، عندما تدخلت الولايات المتحدة تحولت (CNN) إلى مجرد وسيلة لشرح المغزى من التدخل، لكن تأثيرها لم يظهر بالشكل المطلوب.

في المقابل لا يوجد أي دليل قاطع يخص الرأي القائل بأن ليس لـ (CNN) أثر مما يجعلنا نتحدى الآراء الجازمة بأن (CNN) دائما سبب في تغطيتها، تدخلنا إنسانيا من أجل حماية المدنيين.

وأما في حالة البوسنة فإن من خلال تفحصنا للتغطية الإعلامية لـ (CNN) ومن خلال إعتقادها على التعاطف من جهة والنقد اللاذع لسياسة الغرب من جهة، كما وجدنا غياب السياسة المدروسة من طرف الغرب والولايات المتحدة على الخصوص فإن الإعتقاد، قادنا إلى، فعلا وجود تأثير (CNN) في إحداث التدخل بمعنى

ساهمت في السياسة الخارجية بتأثيرها، خاصة عندما غطت منطقة (Gorazde) وإنفجار السوق الكبير أي الأسواق العمومية 1994.

وعليه فإن لـ (CNN) تأثير في بعض الأنواع من السياسة هذا ما يدعيه (Livingston 1997)، لأن لكل نوع من أنواع السياسة الخارجية ولها آلياتها وتكاليفها الخاصة، فمثلا عندما يكون التدخل يعني تدخل أو إستعمال القوة الجوية، يكون أسهل وأقل تكاليف في الجانب المادي ومن حيث الضحايا.

لهذا ظهر عجز الميديا على العموم و (CNN) على الخصوص في عدم التأثير على السياسة الخارجية، لأن التدخل في الصومال يعني أكثر بذل جهد من الدبلوماسية، وأكثر إتفاق عسكري، والخوف من الضحايا أكثر في الجانب العسكري الأمريكي، على العكس من التدخل في البوسنة، الذي أظهر بأن إستعمال القوة الجوية، أقل تكلفة من الجانب السياسي والإتفاق العسكري والتقليل من عدد الضحايا في الجيش الأمريكي والناو ككل، ولهذا تسمي هذه الحرب بحرب (صفر ضحية).

هذا يدعم كلام «Livingston» الذي ينطبق على مدى إعتبار الميديا (CNN) كعامل مؤثر يتوقف على نوعية السياسة.

فمثلا للتدعيم أكثر تأثير (CNN) في إحداث تدخل إنساني كان سنة 1984 في قضية المجاعة التي ضربت إثيوبيا، أين تمكنت (CNN) من إيجاد دعم عالمي ومن كل الجوانب، من الجانب الإنساني والجانب العسكري لتقدم مساعدات إلى الشعب الأثيوبي، وفعلا كانت الإستعانة الغربية قوية في القضاء على هذه الكارثة، لأن التدخل كان يكلف أقل.

وتدعم هذا التدخل الإنساني بحضور رأي عام قوي تمثل في المساهمة، والتبرع الإختياري، حضور الميديا في هذا التدخل وإبراز دورها الفعال في حدوث الإستجابة من طرف الحكومات الغربية وثق له (Gregphilo)^{*} سنة 1993 في دراسة المعنونة بـ "From Buerk to Band Aid"، عندما وصف المآسات التي حركت الشعور وأيقظت الضمير عن طريق محطة (BBC) التي غطت الكارثة عن طريق المراسلان البارعان، مايكل بيوك ومحمد أمين. ويذكر Philo" بأن عندما ظهرت صور المجاعة على شاشة التلفزيون ومنها شبكة NBC أعد الفريق العامل في مجال الإعلام التابع لهيئة الأمم المتحدة إلى إنجاز شريط وثائقي حول الكارثة، بعدها مباشرة صارت كارثة إفريقيا على الصفحات الأولى من جريدة نيويورك تايمز والجرائد الأخرى، مما جعل القضية على رأس جدول الجمعية العامة للأمم المتحدة.

وكما رأينا في قضية الصومال لم تحدث (CNN) إستجابة، للتدخل العسكري أو تقديم تدخل من أجل إبعاد المدنيين لأن مصلحة السياسة الخارجية الأمريكية لم تكن واضحة أولا والخوف من التكاليف الأكثر

(*) أستاذ الصحافة بجامعة فلاسكو سكوتلندا، له عدة مؤلفات منها الصراع الفلسطيني الإسرائيلي التاريخ والجذور سنة 2006.

ثانياً، لأن إرسال قوات أمريكية كانت قد عطل بقانون (PDD25) السالف الذكر، وبناء على ما سبق يمكن أن نقول للميديا تأثير بالغ الأهمية في السياسة الخارجية الأمريكية، عندما تكون هناك تكاليف أقل في التدخل الأول.

- 1- عندما تكون هناك جيو إستراتيجية خاصة يمكن أن تحدث إستجابة لدى صناع القرار.
- 2- عندما تكون السياسة غير مدروسة تربك الميديا صناع السياسة.
- 3- نموذج تفاعل الميديا في صناعة التعاطف والحياد من الأحداث.
- 4- عندما تكون القضية تمس المصداقية. يحظى موظفي هيئة الأمم المتحدة في البوسنة وتستر ضدهم على الشاشة آثار إستحياء الدول الغربية وشعورها بعدم المصداقية.
- 5- للميديا (CNN) تأثير في نتائج السياسة الخارجية تحت شروط معينة.
- 6- (تأثير الميديا (CNN) في كثير من الأحيان يكون تابع لأثر النخبة.
- 7- وكالات المساعدة والمنظمات كثيرا من الأحيان تساهم في رسم أجندة الميديا.
- 8- فشل النخبة السياسية المهندسة للسياسة الخارجية فشلها في الفيتنام، والصومال تجعلها تلقي باللوم على الميديا (رامسفيلد وزير الدفاع السابق) حيث قال تلقينا أذاكبرا من قناة الجزيرة العربية في حرب العراق 2003.
- 9- تستطيع كل من السياسية المدروسة والزعماء السياسية من مراقبة والتحكم في وضع أجندة الصحافة (CNN) وتوجيه الصحفيين على صياغة الأحداث.
- 10- تستطيع الأحداث المفاجئة للحكومة و غير الحكومية أن تخلق سياسة غامضة، تباغت صناع القرار والسياسة الخارجية.
- 11- تستعمل الميديا لتسهيل تدخل الحكومات.

12- في كل الدراسات السياسية تبين أن الميديا دعمت السياسة الخارجية الأمريكية.

تغطي (CNN) الأحداث والقضايا الإنسانية من أجل خلق إستجابة على طول المدى كما أن دغدغة المشاعر صناع السياسة، والرأي العام يأتي عن طريق التركيز على الكوارث الإنسانية، كما سلفنا الذكر عندما تريد المنظمات غير الحكومية التأثير تستعمل الميديا (CNN) لإظهار الكارثة والمبالغة في تحجيمها، حتى تضع قبول لدى النخبة السياسة والرأي العام، ثم يأتي التدخل في الوقت اللاحق، ومنه فإن (CNN) لا تساهم ولا يمكن إعتبارها فاعل مؤثر في السياسة الخارجية فقط هي جزء من الخطة التي توضع من طرف النخبة الحاكمة أو عن طريق حماية المصالح التي طبعاً ستفيد، في الأزمة التي تجذب لها الصحافة الأمريكية.

فجماعة المصالح (النخبة) هي التي تضع مصرع الأحداث وتضع أجندة الميديا لكي تدفع بالسياسة أو صناع السياسة الخارجية من التدخل، وعليه فإن الميديا الأمريكية هي جزء من أجندة السياسة الخارجية والداخلية. وأما الإدعاء بحقوق المدنيين والشعب إلا شعار يخفي الوجه الحقيقي للسياسة والإستراتيجية، لأن هناك علاقة بين

السياسة مسطرة وموضوعة، وثانية والإستراتيجية تختلف من إدارة إلى أخرى حسب الظروف والهدف هو واحد في الولايات المتحدة الأمريكية؛ ويبقى تأثير الإعلام في هذه السياسة وهم وضرب من الخيال.

كما لا أحد ينكر بأن شبكة CNN كانت هي المسيطر الوحيد على الأخبار في حرب الخليج الأولى 1991، كان في ذلك شبكة واحدة بعد ميلادها، عهد إزدهارها فدخلت العلاقات الدولية كطرف فاعل ومؤثر، وأدت في بعض الأحيان إلى إنقلاب في المعادلة الدولية، منذ إستقرت العلاقات الدولية بعد الحرب العالمية الثانية خاصة بعد إطلاقها لفرع CNN الدولي، فكان لها الأثر في جميع الجوانب السياسية والثقافية والقانونية، وكذا الرأي العام، بالإضافة إلى الحروب التي توالى وقضية البيئة، اللاجئيين والصحة على العموم.

مع العلم أن هذه القضايا كانت لها إهتمام من طرف الباحثين والأكاديمين منذ الثمانينات، إلا أن تغطية CNN لحرب الخليج، جعل من الحرب أثر بالغ الأهمية في التاريخ وتاريخ CNN على العموم، وأصبحت حقل يجذب أكثر علماء الإختصاص لطرح عدة أسئلة حول ذلك من أهم هؤلاء علماء علم الاجتماع، والإتصال والسياسة، أمثال Gurevitch^(*). وسالفيا Silvia و Volkmar Mcphail و ، بركر Barker و Flourny-Stewart.

ويقدم الباحث الإسرائيلي إيتان قيلبو Eytan Gilbo^(**) بحثا آخر ليضاف إلى هؤلاء حول تأثير CNN في الحرب والتدخلات في السياسة الخارجية والدبلوماسية مع العلم أن نخبة من السياسة الرسمية اعترفوا بوضوح بوجود تأثير CNN على مجريات الأحداث الدولية، أمثال كاتب الدولة السابق جيمس بيكر في مذكراته (1995) بأن للتلفزيون دور مؤثر في السياسة الخارجية، خاصة عندما تحدث عن أحداث رواندا الصومال وشيشينيا، بأن الوقت المخصص في التلفزيون لهذه القضايا خلق تدخلا فعليا.

نفس الملاحظة وجدناها عند وزير الخارجية البريطاني السابق " روقلاس هيورد" في كتاب " Hopkison 1993" ودافيد أوان David Owen .

أما الأمين العام السابق لهيئة الأمم المتحدة بطرس بطرس غالي فقد اشتكى من CNN بأن الرقم 16 في مجلس الأمن.

ويضيف كذلك وزير الخارجية الأمريكي الأسبق كولين باول بأن النقل الحي، للأحداث عبر التلفزيون لم يؤثر في السياسة ولكنه خلق جو مناسب لأتخاذ القرار⁽¹⁾.

(*) أستاذ الصحافة بالجامعة العبرية كتب مؤلف تحت عنوان " أزمة الإتصال العمومي" وهو الكتاب السياسي بالإضافة إلى عدة مقالات بجامعة سيرلند بالولايات المتحدة الأمريكية.

(**) تأثير CNN البحث في نظريات الإتصال والعلاقات الدولية

مقال: Eytan Gilboa نشر في مجلة الإتصال السياسي في شهر 16 فيفري 2005 Volume 22 ص 21.44.

أستاذ بجامعة بارلان بإسرائيل كتب هذا المقال عند كان يقوم يبحث بمركز كندي بجامعة هارفرد.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P173.

أما مستشار الأمن القومي السابق في إدارة الرئيس الأمريكي كلينتون لايك Anthony Lack ، فيرى بأن الضغط العام، قد سبق عن طريقة صور التلفزيون وهو في تزايد مستمر، ويلعب دورا مهما في إتخاذ القرار لدى القضايا الإنسانية، لكن يضيف عامل آخر وهو التكلفة، ووضوح الإستراتيجية.

يري (Feist)^(*) بأن تأثير CNN هو نظري ليس له علاقة بالواقع أما Schorr^(**) فيرى بأن CNN تؤثر في القضايا التي فيها للولايات المتحدة الأمريكية مصلحة، فتحدث إتخاذ قرار بالتدخل سواء كان عاجلا أم آجلا.

وترى العاملة Neuman " بأن تأثير CNN كالمعرج وهو عندما تغمر الأمواج الهوائية بالأخبار القادمة عبر الساتل أو الكابل لـ CNN تؤثر في صناع السياسة الى تغير الموقف تجاه الأحداث الأخيرة، والتقليل من الضحايا أو المعناه والإهانة للشعوب وتسمى "Forcing Fonction" الوظيفة المرغمة" والعودة للعمل بالأجندة الكلاسيكية المتمثلة في إرغام الزعماء للتعامل مع القضية التي أرادوا تجاهلها من جهة، ومن جهة أخرى تحريك الرأي العام الذي يصبح يضغط وأن القضية جزء من مصالح الأمة.

ويرى Freedman^(***) أن تأثير CNN في السياسة الخارجية، ويأتي عن طريق ثلاثة أبعاد: البعد الأول يتمثل في تبين معناه الشعوب. والبعد الثاني ما يعرف "أكياس الجثث" وهم الضحايا المتوفيين أما البعد الثالث وهو الضغط الرأي العام الذي يؤثر على صناع القرار من جراء نقل CNN للأحداث الواقع، كل هذا تحت مظلة تأثير CNN لكن العالم Strobel يفرق بين تأثير CNN على النتيجة والتأثير على صناع السياسة، تم يعترف بأنه لم يجد شيء يثبت بأن CNN قد ضغطت على صناع القرار الرسميين من تغيير مواقفهم إلا تحت شروط معينة وهذه الشروط هي الأجواء التي يصنعها الساسة أنفسهم أو الأحداث الفاعلة في السياسة الدولية.

أما Livingston فيرى بأن لـ CNN ثلاثة أوجه في التأثير أو لها تأثير على ثلاثة أصعدة، البعد الأول الإسراع في إتخاذ القرار. إنجاز الأهداف المرجوة في السياسة، CNN " كعميل في رسم أجندة السياسة.

أما Wheeler فيفرق بين جانبيين في تأثير CNN على صناع السياسة.

الجانب الأول: يسمى بالتحديد: ويقصد به وإرغام وإقحام السياسية.

الجانب الثاني: وهو التقوية: أي التأثير الذي يجعل من تغطية الميديا إمكانية التدخل عن طريق شحن

وحشد الدعم المحلي.

(*) Fiest: فيست رئيس القسم السياسي في شبكة (سي، أن، أن).

(**) Schorr صحفي متقاعد يعمل متطوع مع الإذاعة العامة (NPR) مؤلف أربعة كتب منها: الحياة الصحفية في مربع واشنطن.

(***) فريدمان صامويل: " أستاذ بجامعة كولومبيا نيويورك ، وصاحب عمود بجريدة نيويورك تايمز، له كتاب رسالة إلى الصحفيين الصغار.

وترى Robinson^(*) بأن هناك تأثير لـ CNN مرة بالقوة ومرة بالضعف بالقوة عندما تجبر السياسة وترغمها، وجانب ضعيف عند تظهر في تغطية الميديا وهي نفوذها في السياسة التدخل أو خلق الجو عريضة بحث على التدخل.

وكلا النظريتين (القدرة والضعف) تظهران بأن لـ CNN جانب هامشي في التأثير على السياسة الدولية وإتخاذ القرار.

إن ظهور نظرية تليدبلوماسي ساعدت الكثير في إيزال الغموض وإظهار دور الميديا كعنصر فاعل في العلاقات الدولية، خاصة عندما يعجز الساسة عن الوصول إلى إيجاد حل للقضية يلجأون إلى تغذية الميديا وتحريكها نحو القضية التي يريدونها.

وفي الواقع فإن الميديا تعمل أحيانا على التقليل من رغبات القادة، تحديد الإختيارات وترغم الزعماء على إتخاذ تحرك، والإنشغال أكثر بالمسألة بالطريقة المشروعة، وكذا صناعة القبول والرضا لدى النخبة والرأي العام لقبول الفكرة، مثال عند قيام حرب الخليج، كان الشعب البريطاني رافضا للحرب ضد العراق، وعندما تحدث رئيس الوزراء البريطاني طوني بليير مع رؤساء التحرير في اليوم الثاني حث الصحف البريطانية على قبول فكرة الحرب⁽¹⁾.

كان ذلك الإتصال بالضبط مع رئيس الإمبراطورية الإعلامية "ميردوخ" Report Murduk وعلى هذا الأساس فإن الحكومة هي التي ترسم أجندة الميديا كما يقول Compaine^(**)، كما أن هناك نظريتين هما : نظرية (الإرغام) وهي إرغام الميديا بالقوة للحكومة أو صناع القرار للتدخل، وتعني السياسية اللازمة للموقف، وهي تبني على أن الميديا تورث مكان الساسة وتحل محلهم، أما نظرية الضغط: وهي ترى بأن الميديا جزء أو أحد العوامل المؤثرة في عملية إتخاذ القرار^(***).

ويرى Seib على سبيل المثال، "بأن من المعهود عندما نأخذصورا مختلفة كالجاعة القاتلة أو النازحين أو قضية الحرقاة"^(***)؛ فيريد من صناع السياسة أن تفعلوا شيئا تجاه الكارثة كما يرى Graber^(****) بأن الميديا أو التغطية الصحفية تصبح كالكلب الذي يحرك ذيل السياسة العامة.

(*) صاحبة النظرية نموذج تفاعلات الميديا: الذي يعني به ظهور أثر الميديا في إتخاذ القرار، عندما تكون السياسة غير مدروسة، وضعف أثر الميديا مقارنة مع وجود سياسة مدروسة تقنيا، وهي صحفية أمريكية.

(1) مراسل شبكة C.N.B.S. في برنامج من واشنطن الجزيرة، 14 أوت 2007.

(**) بن بيمين كومبين أستاذ الاتصالات بجامعة فيلاديلفيا ومستشار بمعهد MIT مؤلف كتاب : من يملك الميديا ؟ 1980.

(***) Cilboa Eytan : أستاذ الاتصال وزائر لجامعة لوس أنجلس يدرس بجامعة إسرائيل، صاحب "كتاب الميديا والصراع الدولي".

(****) الحرقاة : كلمة عامية جزائرية تطلق على الداخلين على أوطان أخرى بدون وثائق رسمية أو تأشيرات.

(*****) Graberseib أستاذ : الصحافة بالمعهد الديبلوماسي بجامعة جنوب كاليفورنيا يهتم بالصحافة والأحلاف والقضايا الدولية له عدة مؤلفات أهمها الصحافة والشرق الأوسط ويحضر في كتاب حول تأثيرات الجزيرة.

أن هؤلاء الباحثين الذين يبنون فرضياتهم على المکانيزم الثلاثي، والمتمثل إلى التغطية الصحفية والرأي العام والسياسة، إفتراضهم تميل نحو الخطأ وغير كاف.

ويضيف Lovington بأن كل الأعمال التي أجريت على تأثير CNN في السياسة وإتخاذ القرار في السنتين الماضين كانت إنجازات صغيرة جدا، وهذه الملاحظة مازالت صحيحة وصادقة، إلى يومنا هذا ، وما نحتاج أن ندرسه هو تأثير الإتصال بشكل عام، و ليس مجالات الإتصال والعلاقات الدولية، وليس الدفاع والشؤون الخارجية، فيجب أن تحتوي هذه الأجندة الجديدة في دراسة تأثير الاتصال في البحوث أو النقاط الثمانية الآتية متضمنا الجيوسياسية وتغيرات التكنولوجيا على الشبكات ككل، وتأثيرات تغطية الميديا الشمولية على عدة أبعاد من العلاقات الدولية والإتصالات

تأثيرات تغيرات الجيو سياسية: يتفق أغلب الباحثين على أن لـ CNN تأثير نابع من تغير الجيو سياسية في السياسة العالمية، خاصة مع نهاية الحرب الباردة، وغياب العدو الظاهر للولايات المتحدة الأمريكية، أصبح يظهر على السياسة الأمريكية عدم الوضوح واليقين في العلاقات الدولية. فمثلا بعد الحادي من سبتمبر 2001 أنجزت الإدارة الأمريكية مشروع يسمى مشروع إعادة بناء أمريكا الجديدة، وضعت على نفسها قسم لإنجازه حول العالم، نحو سياسة "من ليس منا فهو ضدنا" يتبعها بأسلوب الحرب الإستباقية، لضرب أي نظام يرعى ما يسمى بالإرهاب أو تقدم مساعدة له، مع هذه التغيرات قللت من تأثيرات CNN وحدد دورها في العلاقات الدولية من قائد إلى تابع.

التأثير في تغيرات التكنولوجيا: مع بداية التسعينيات كانت وسائل الإتصال الحديثة جد مكلفة في تغطية الهائل مع حول المعمورة في تغطية الأحداث، أما الآن مع التطور الهائل في ظهور الفيديو و ظهور الهاتف النقال، أو وادوات ذات أوزان خفيفة، وتخفيض تكاليف البث كل هذا التغير الحاصل هل يا ترى يساعد أم يقلل من تأثير كل مراحل CNN؟

تأثيرات الصراعات : وليس العنف فقط، إذا كان تأثير وتركيز CNN على الأزمات الإنسانية، قد خلق عدة فجوات من البحث، لأنه سمح للباحثين تجاهل تأثير التلفزيون ككل، الذي له ثلاثة مراحل أخرى من الصراع جد مهمة : وهي الحماية، القرار، والإنتقال، لأن توجه التلفزيون نحو تجاهل هذه المراحل، بإعتبارها أقل شأنًا من العنف، لكن هذه المهمة لها قد يكون لها أثار ونتائج لعدة وضعيات، لحماية العنف وخطوات قرار الصراع التي أخذت بإنهاء الصراع. فما هي هذه النتائج؟

الآثار المباشرة على صناعة السياسة وتحديد المصالح الدولية: إن تأثيرات تغطية التلفزيون العام على صناعة السياسية، يصبح محل شك يقارب العكس على ما توصل إليه الباحثين في مجال تأثير CNN على العلاقات الدولية وصناع السياسية، لأن أغلب الدراسات التي قامت على ذلك بنيت على إفتراضات ثلاثية، وهي

العلاقة بين تغطية الميديا، والرأي العام، وصناعة السياسية، كما أظهر العالمان Miller و Gilboa⁽¹⁾ "فإنه يجب فحص آثار الاتصال الشمولي على السياسة الدولية والتي لها تأثير مباشر عن تغطيتها ومستقلة عن⁽¹⁾ الرأي العام. مع التطرق لجميع العوامل التي لها علاقة في صناعة القرار والإجراءات المتبعة في ذلك، لعلنا نصل إلى الروابط التأثير والنفوذ في التغطيات الإخبارية.

التأثيرات على مجالات أخرى تدل على الدفاع والشؤون الخارجية: إن كل الدراسات التي قامت على تأثير الميديا (CNN) ركزت على تأثير الميديا من جانب معين ألا وهو الدفاع (العسكري) والشؤون الخارجية، لكن التلفزيون العام أو الشامل له تأثير على جميع النواحي والمجالات كالاقتصاد والتجارة، الصحة، الثقافة، والبيئة عبر العالم.

فالتوثيق والتحليل وأثرها على صناعة السياسية والتفاعلات الدولية، في هذه المجالات يجب أن تكون دراستها منفصلة عن بعضها البعض.

تأثيرات التحيز الغربي: إن شبكات التلفزيون الشامل زودتنا بتغطية عالمية لكن هذه التقارير كانت مصفية ومنقحة بجهاز غربي، ألا وهو التحيز الغربي الذي يساهم في صناعة الرأي العام وصناع السياسة الدولية، فمثلا تغطية CNN للصين وتعاملها مع قضية التيب بحجة الديمقراطية دون الإهتمام أكثر بمجازر البحيرات الوسطى في منطقة أفريقيا، قضية الأمراض الخطيرة التي أودت بحياة الملايين من البشر، لم يكن لها إهتمام من طرف الميديا (CNN) التي ركزت جهودها نحو الأزمات الإنسانية (العنف) هذا يعني أن الشبكات التلفزيونية مهتمة بالقضايا الاقتصادية والسياسية والعسكرية التي هي محل إهتمام وموضوعة في أجندة السياسة الخارجية الأمريكية والأوروبية على حد سواء ولهذا يجب الإهتمام بالدراسات المهتمة بمردودية التغطيات الإخبارية وهي القضايا ذات التركيز الخفيف، من طرف الميديا ، والساسة وهم عامة الناس.

القصد بالاتصالات الكلي والشامل: نعم هناك شبكات عالمية من التلفزيون تبث على مدار 24 ساعة، وتوصل إلى ملايين من المشاهدين، ولكن إلى حد الآن لا نعرف وليس لدينا المعرفة الكافية بأن الجمهور لم يعيش في لقاءات مختلفة وظروف اقتصادية مهمة كما أن الجيو السياسي مختلف تماما ولذلك يصعب فهم وترجمة الرسالة التي تبنتها شبكة التلفزيونات، كما يجب الإهتمام ومعرفة الشبكات الجديدة، التي لها تأثير كبير في المحتوى كشبكة الجزيرة وفاكس نيوز Fox News حول العالم.

التأثيرات على عمل المحررين والصحافيين: مما لا شك فيه أن شبكة التلفزيونات أثرت على عمل المحررين والصحافيين، ليس على صناع السياسة والدبلوماسية، كما يقول (Rosenstiel)^(*) و Walsh و Hachen، إنما التأثير في النقل الحي من وراء البحار بالصورة والصوت ومعرفة أدق التفاصيل عن طريق

(*) أستاذ الكلام والاتصال بجامعة ميشيغن الولايات المتحدة الأمريكية.

(1) Piers Robinson : The CNN Effect ; Ibid P110.

(**) Steve n E Shier مؤلف أمريكي مختص في عالم الإتصال له عدة كتب أهمها كيف يغير التلفزيون والمرشحون للرئاسيات السياسية في أمريكا.

المراسلين من عين المكان، مما دفع برؤساء التحرير إلى دفع المراسلين إلى بث صور الأحداث حتى ولو ليس لديها أي علاقة بالموضوع وليس في سياق الأحداث مما يجعل من الصحفيين إستعمال ذاتيهم وعاطفتهم لإصدار حكم خاطئ على مجريات الأحداث، و يدعمون جهة في الصراع القائم لهذا يجب فتح دراسات وتحقيقات علمية في هجوم الحادي عشر من سبتمبر 2001 على مدينة نيويورك وواشنطن، محاسبة الصحفيين على الطريقة التي تعاملوا بها مع ظاهرة الإرهاب الدولي على حسب أهوائهم^{*} Zelizer ولهذا فإن البرادغم الذي تحدث عنه Edward و O Neiel Annon والذي يقضي بأن دور الميديا والبحث في إمكانية المزج بين نظريات الاتصال ونظريات العلاقات الدولية يمكن أن يكون مجرد زاوية منفية ونتائج أقل حظا لدراسة ظاهرة ما في ما في ضوء ذلك.

(*) أستاذة علم الاجتماع بجامعة برستون بولاية فرجينيا، لها عدة مؤلفات أهمها في الاقتصاد، الأسواق والأخلاق (1971) والمعنى الاجتماعي للمال (1994).

القسم التطبيقي: فاكس نيوز FOX NEWS كحالة للميديا الأمريكية.

تؤكد جل الدراسات التي أجريت على الصحفيين الأمريكيين، على أنهم ينتمون إلى الطبقة الوسطى⁽¹⁾ في المجتمع الأمريكي، كما أن 90% من الصحفيين هم بيض وحوالي 1/2 ذكورا وأن نصفهم يؤمنون بالديانة البروتستانتية، وتوجهاتهم تهدف إلى بناء أمريكا دولة عظمى. كما تسيطر عليهم الرومانسية في حياتهم اليومية، وأن أغلب الصحفيين الأمريكيين يحملون شهادات جامعية في تخصصات الصحافة وصناعة الإعلام، والآخرين لهم شهادات في بعض العلوم الأخرى كاللغة الإنجليزية والتاريخ والعلوم السياسية، ويحمل 2.3% فقط من الصحفيين شهادات جامعية في إدارة الأعمال، و 5.3% في الرياضيات و 1.6% في الفيزياء والاحصاء.

في كثير من الأحيان يستلهم الشباب من أخطاء عن طريقهراء السير الذاتية للشخصيات المهمة من الصحفيين القدامى، ويفضل اغلب الصحفيين الأمريكيين مهنة الصحافة كحبا لها وليس الراتب والشهرة. فمثلا بينت دراسة أجريت في الثمانينات ان 61% من الصحفيين هدفهم هو مساعدة الناس وهي شديدة الأهمية. في حين وصف 23% فقط شديد الأهمية و 16% الأمن المهني والسياسة التحريرية بأنها شديدة الأهمية. وفي دراسة اخرى تكاد تشبه الأولى أجراها اتحاد مديري التحرير Association press، حيث تثبت هذه الدراسة بأك ما يريدونه المخبرون الصحفيون هو مديرون يتسمون باليقظة والنموالفكري، أين يرتبط الرضا الوظيفي ارتباطا وثيقا بالصحيفة، أما المكافآت فأقل أهمية.

وخلصت دراسة أخرى أعدتها الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف أن أحد أهم ما يمكن أن يقوم به مديرواصالات الخبار لرفع معنويات العاملين هو الالتزام بصدق وظائف الصحافة المنصوص عليها في التعديل الأول، وعليه فإن مسؤولية الصحيفة تجاه الجمهور والنظام على قدر كبير بالنسبة للعاملين في صالة الأخبار⁽²⁾. كما أن أغلب الحالات يخفون انتمائهم السياسية الا أن في الواقع 44% يعتبرون أنفسهم ديمقراطيون، 16% يعتبرون أنفسهم جمهوريون و 34% مستقلين.

ويذكر منتدى القيادة الإعلامية لسنة 1995 أن 85% من القادة الإعلاميين الذين استطلعت آرائهم وافقوا على أن وسائل الإعلام تميل إلى أن تكون أكثر ليبرالية، أما الدراسة التي أجرتها تايم ميورور في نفس السنة أن الجمهور أكثر تحفظا.

لكن أمام الحرية المطلقة التي يعيشها المجتمع الأمريكي والتي ضمنها الدستور في التعديل الأول الذي جعل حرية التعبير والمعتقد طليقة، وبدون حدود، صاحبها نوع من الانفلات الأخلاقي وأصيب المجتمع بالتخمة نتيجة الاستقرار الذي تنعم به الولايات المتحدة الأمريكية، وارتفاع الدخل الفردي، وكذا ظهور التكنولوجيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال، وزيادة الإباحية العابرة للقارات، كما أن زيادة الوعي وتنامي الديمقراطيات الناشئة التي

(1) جون ماكسويل هاملتون: صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأمريكية، ص 83.

(2) جون ماكسويل هاملتون، مرجع سبق ذكره، ص 90

كانت أمريكا تسوق لها بعد الحرب العالمية الثانية، وتصدير القيم المزعومة والمتمثلة في حقوق الانسان، والأقليات وحقوق المرأة والبيئة وكذا الحيوان.

بدأت الولايات المتحدة في إعادة النظر للأشعامن حولها رافق ذلك ظهور قوة شو كة الفريق (B) الذي أسسه الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش الأب عندما كان رئيسا لجهاز الاستخبارات (CIA) وقد تحدثنا عن ذلك في فصل سابق، وكيف مهد لظهور جماعة المهيمنة الكونية، والتقارب الذي حدث بين رجال السياسة والمال والمرتبطة ارتباطا وثيقا مع مركب انتاج السلاح والذي يبحث دوما عن حروب لبيع الأسلحة. كما ان عقيدة السياسة الخارجية الأمريكية المبنية على إيجاد عدو يهدد المصالح الحيوية الأمريكية وإن لم يوجد تعمل المخابر على صناعته.

كذلك التنامي المطلق والمخيف للحركات الثقافية الإفريقية والتي طرجمت غضب عارم تخفيه الطبقة السوداء والتي عجلت بميلاد المحافظين الجدد باعتبارهم حامين للحمي وما يحملونهم من عقيدة بروتستانتية وتقريبا للدولة اليهودية وعبادة الشيطان المبنية على الحروب وإسالة الدماء حتى ولو تطلب الأمر أبناء جلدتهم. حيث بدأ التفكير في قلب الموازين راس على عقب وكانت البداية بالسلطة الرابعة باعتبارها قوة ناعمة وهادئة تحدث التغيير المنشود في المجتمع الأمريكي الذي أصبح يؤول إلى روح الاتكال والكسل الذي سيؤدي حتى إلى الفناء.

فكانت فكرة إنشاء شبكة إخبارية تعلن الحرب على ما هو قائم من ثقافة وقيم ظلت النخب الأمريكية تنشدها طيلة عقود من الزمن وهي الحرية والعدل والإنصاف والحرية وغيرها من القيم. وكان اسم هذه القناة FOX news فاكس نيوز الإخبارية والتي تطورت فيما بعد إلى شبكة تتوزع على أنحاء المعمورة.

لقد ذكر المؤلف البريطاني في كتابه المعنون بـ:

Murdoch Politics How one Manis Phersty For Wealth Power Shapes our World.

الكاتب David Mc Knicht أن مردوخ أقنع المحافظين بإنشاء قناة فاكس نيوز عندما قدم عرضا في قاعة كبيرة جدا بنيويورك واستدعى كبار الحزب الجمهوري والجالية اليهودية النافذة في الولايات المتحدة الأمريكية ووضع رجلا على المنصة تحت إنارة مرتفعة، وبدأ الرجل ينزع ثيابه حتى صار عاريا مما سبب صدمة للحضور، ثم وقف مردوخ وقال للحضور: أتريدون أن يصبح جتمعنا هكذا، هكذا أراد الديمقراطيون⁽¹⁾.

هل هذه هي النزعة التي تأسست من أجلها شبكة فاكس نيوز لتسلط الضوء على الخلفية التاريخية لنشأتها وتطورها، وكذا عائدتها المالية، وكيف تجلب جمهورها وتصنع له عقيدته، ثم كيف تقود مهمة جديدة وهي الترويج للحروب وصناع السلاح وعلاقتها بالسياسة الأمريكية تجاه الليبراليون الأمريكيون وتجاه العالم.

(1) Dvid Mc Knight : Murdochs Politics How one Manis Phersty For Wealth Power Shapes our World. P65.

المبحث الأول: قناة Fox News الخلفية التاريخية ونزعة الإنطلاق.

على الساعة الخامسة مساء من السابع من أكتوبر 1996 اجتمع ربرت مردوخ مع أليس روفر، بميتز ونيوز كورب المتواجدة في شارع السادس Six Avenue بمدينة نيويورك، أبلغ مردوخ السيد أليس بأنه معجب لبرنامج المعروف On Record، على شبكة CN.B.C، وأنه يرغب في إنشاء قناة جديدة يمينية حتى النخاع فرد عليه أليس بأن هناك الكثير من حاول لكنه دون جدوى.

وأخذ الحوار طريق الجد والعزم، عندما قدما الرجلان وصفا دقيقا، للإعلام الأمريكي الحالي، وأنه تخطيط "مافيا" الديمقراطيين (الليبرالين) و كان يقصد بقوله في ذلك شبكة C.N.N، وصف الرجلان الشبكة بأنها حيازية للحزب الديمقراطي، وأكثر ليبرالية.

وقال أليس: "أن هذه الميديا الليبرالية تجاهلت المجتمع الأمريكي الذي توجد فيه نسبة عالية من المحافظين، يجب احترامهم"⁽¹⁾.

فتح مردوخ درجه، وأظهر حزمة أوراق تحمل مشروع إطلاق قناة جديدة وقال مردوخ، ستنطلق خلال ثمانية عشر شهرا، رد عليه أليس بأن المشروع جد متأخر يجب أن يكون في أسرع وقت ممكن.

فعلا أوكلت المهمة إلى السيد أليس روفر القادم من شبكة (CNBC) وقبلها كان قد أشغل في شبكة N.B.C سنة 1993*.

يعرف هذا الرجل بولائه الشديد للحزب الجمهوري، لأنه تاريخه يثبت ذلك عندما عمل كمستشار للرئيس نكسون سنة 1968، وكذا في عهد الرئيس الراحل ريغان سنة 1984، ثم في عهد جورج بوش الأكبر 1988.

علق الكثير من زملاء المهنة على أليس عند طلاقه لقناة CN.B.C ووصفه بأنه سيكون مناظلا للحزب الجمهوري.

ويعرف نشاطه الدوؤب في مجال الإعلام، وكذا إستراتيجي بارع، أثبت ذلك عندما كان في شبكة (NBC)⁽²⁾.

(1) Ken Aulttar : Backstory inside The Business of News Penguin Books 2003. Ibid P 259.

(* أليس روفر Ailes Roger : ولد سنة 1940 في الخامس عشر ماي بمدينة أهايو الأمريكية في قرية صناعية، عاش بين ثلاثة إخوة أبوه تقنيا وأمه ربة بيت، تعرض إلى حادث مرور وعمره ثمانية سنوات، كان يكره الدراسة. لكن أمه ترغمه على ذلك، حيث التحق بجامعة أهايو وأمضى أربعة سنوات أين تحصل على شهادة الباشلر في الصحافة، وفي نفس الوقت كان يتدرب في محطة الإذاعة الجامعية كمذيع رياضي وعمره آنذاك 19 سنة، بينما كان يقوم بنشاطه العادي زف إليه خبر مفاد طلاق والديه، فغادر مدينته للأبد، وتزوجت أمه ورحلت إلى ولاية كاليفورنيا، بينما تحصل أليس على عمل في مدينة "كليف لند" كمذيع ومخرج في نفس الوقت وفي سنة 1967 قدم الرئيس الأمريكي الراحل نكسون إلى "أهايو" وفي مقابلة تلفزيونية، التي كانت تبث على برنامج "دوقلاس شاو" وهو البرنامج الذي يعمل فيه "أليس" حيث جرى حديث ودّي بينه وبين الرئيس "نكسون" الذي كان يكره التلفزيون، وشجعه "أليس" على الثقة في النفس، وأن الذي يكسب معركة الشاشة هو الذي سيفوز وبعد فوز الرئيس نيكسون في الانتخابات استدعى "أليس" كمستشار إعلامي بالبيت الأبيض سنة 1968 وبقي في البيت الأبيض إلى غاية قدوم الرئيس الأمريكي الراحل "ريغان" سنة 1984 اشتغل في نفس المنصب إلى مجيء الرئيس جورج بوش الأكبر 1988 أين عين بكتابة الخطابات وهو معروف بنضاله في الحزب الجمهوري.

(2) Ken Auletta ; Backstory ; IbidP 261.

في هذه الفترة، عين الصحفية Maria Bartiromo، كصحفية اقتصادية في بورصة نيويورك وأصبحت تعرف، برنامجه المعروف Money Hony ومزج بين شبكة NBC ومحطة ESPN، وكذا نيويورك بوست وعضر (14) أربعة عشر ساعة من البث الحي، منها البرامج الحوارية والكلامية، حيث وصلت مداخيل شبكة NBC سنة 1995 إلى عشر مليون دولار.

إنطلقت فاكس نيوز 1996 في شهر أكتوبر بالضغط، وتعرضت إلى ضغط كبير من طرف شبكة CNN وكذا من شركة تايم ووايز التي أقسم طاقمها على أن لن يمنح للقناة الجديدة، الحق في الكابل، وتعرضت القناة إلى تهديد شديد من طرف العالم الإسلامي والعربي، خاصة على خلفية مالكها ربرت مردوخ ذو الأصول اليهودية. وإن الشعارات البراقة التي اختارتها القناة لنفسها، كانت محل إهتمام لكثير من الصحفيين والإعلاميين الكبار.

من أهم الشعارات التي تبنتها القناة هي: "عدل ومساوات" ويقصد بها العدل والمساوات في تحليل الأخبار والتغطية دون تحيز إلى أي حزب جمهوري أو ديمقراطي، لأن هؤلاء الذين يصفون أنفسهم بالمحافظين، ظلوا يلمون الميديا الأمريكية بأنها ليبرالية، متحيزة للحزب الديمقراطي، وأن هناك "مافيا" وراء صناعات الأخبار فمثلما ادعى الصحفي الهارب من CBS News (Bernard Goldderg) في كتابة التحيز وقبل لحظات قبل إنطلاق القناة، إجتمع أليس مع 40 صحفي على الساعة الرابعة صباحا، مذكرا أيهم بهدف القناة، ورسالتها الإعلامية.

مذكرا أيهم بالمنافسة الشرسة التي سيواجهونها من طرف CNN التي يصل عدد مشاهديها في ذلك الوقت إلى 70 مليون مشاهد وشبكة M.S.N.B.C إلى 22 مليون مشاهد. حيث وصل عدد مشاهدي فاكس Fox News عند الانطلاقة إلى 7 مليون مشاهد، واستضافت أول ضيفا لها رئيس الوزراء الإسرائيلي الحالي، بن يمين نتانياهو في حوار خاص، مقابل الحصول على تغذية مباشرة من إسرائيل.

ومثلما ذكرنا أنفا فإن القناة أستقطبت العديد من الوجوه الإعلامية، كالصحفي جاك أبيرناتي Jack Abernahty، الذي سبق وأن عمل مع أليس روفر في قناة NBC، أصبح هو الآخر مديرا ماليا لقناة فاكس نيوز، صرح قائلا: في أكتوبر 1996 لجريدة لوس أنجلس تايمز بأن قناة فاكس نيوز ستكون قناة الأخبار الجادة لصناعة أدمغة أمريكية تقرر في سياستها، لأن المجتمع الأمريكي طبع عليه الهزل أي الأخبار الهزلية والناعمة. ثم إلتحق بالقناة الصحفي المعروف على شبكة CN.B.C وNBC، Neil Cavuto "نيل كيفيتو"، محافظا على نفس برنامجه الاقتصادي والمالي.

ثم لحقه الصحفي John Moody "جون مودي" الذي عمل مع مجلة التايمز لمدة 14 أربعة عشر سنة وسبعة (07) سنوات مراسلا خارج الولايات المتحدة الأمريكية لقناة (UPI)، حيث عينه أليس كنائب مكلف بالأخبار.

والتحق بالركب الصحفي اليميني المعروف برات هيوم Brit Hume، الذي كان مراسلا لشبكة (A.B.C) من البيت الأبيض، أصبح هو رئيس لقناة فاكس نيوز من واشنطن وأتسعت دائرة التوظيف، لتشمل الصحفي المحافظ واليميني بيل أوريلي «Bill Oireilly»^(1*) الذي عرف عن طريق برنامجه الذي يقدمه ولفترة طويلة على شبكتي (CBS) و (ABS) سمي هذا البرنامج بـ " داخل الإصدار" تزامن إنطلاق قناة فاكس نيوز مع فضيحة مونيكا لوسكي وغيرهما الرئيس السابق كلينتون مما شكلت مادة دسمة للقناة وإزداد جمهورها التي وصل عند الإنطلاق إلى 17 سبعة عشرة مليون مشاهد عن طريق نظام الكابل. في الفترة كانت زوجة "برات هيوم" كأم هيوم هي المسؤولة عن مكتب القناة في واشنطن دي سي.

ثم عينه اليس هوكر لإعداد برنامج مسجل رسمي تقرير أولى ييثل ليلة نهاية الأسبوع، ثم سمي هذا البرنامج بـ أوريلي فكتور" رؤى أوريلي. ييثل هذا البرنامج على الساعة التاسعة مساءً على التوقيت الشرقي للولايات المتحدة الأمريكية.

ساند الحرب ضد العراق، يعرف نفسه أنه محافظ حتى النخاع ، يعارض زواج الشواذ جنسياً، والإجهاض. وله عدة مؤلفات أهمها حول الأطفال: حتى الأطفال أمريكيين من الذين يبحثون عنك؟

وعلى العموم ألف تسعة كتب: ويصل برنامجه إلى ثلاثة ملايين مشاهد، أما أيام حرب العراق وصل إلى سبعة ملايين مشاهد حسب معهد Nelson media⁽²⁾ للأبحاث الإعلامية.

أما في إنتخابات الرئاسية لسنة 2000 أين اشدت المعركة بين " القور" المرشح الديمقراطي وبوش الأصغر الجمهوري، كانت قناة فاكس نيوز هي أول قناة تعلن فوز الرئيس الحالي بوش بعد صدور الحكم في المحكمة ولاية فلوريدا، كما أسلفنا الذكر.

(*) ولد بيل أوليلي، في مدينة نيويورك من والدين ينتميان إلى الكنيسة الإيرلندية أبوه يسمى ويليام وأمه أنجلا، أنشغل أبوه محاسباً، أما أمه كانت مائكة بالبيت، بدأ الصحافة مبكراً ابتداءً من صحافة الثانوية التي كان يدرس فيها، رحل إلى لندن للتخصص في التاريخ من معهد المملكة ماري، ثم حصل على شهادة البكالوريا سنة 1961 في الفنون والأدب، تزوج من الأنسة "مورين كاك فالمي" سنة 1985، ورزق بنتاً وولداً. بعد تخرجه من جامعة نيويورك، رحل إلى مياي بولاية فلوريدا لتدريس الإنجليزية والتاريخ لمدة سنتين بالثانوية، ثم رجع إلى الجامعة لتحصل على شهادة الماجستير في علوم البث الإذاعي والتلفزيون، من جامعة بوسطن سنة 1976، خلال فترة دراسته كان كاتباً لعمود في جريدة "كينف بوسطن"، كما كتب كذلك في الترفيه والتسلية، ومراجعة الأفلام الجديدة كتبها على جريدة مياي هيرالد. بدأ برامجه التلفزيونية مع قناة WNEP-TV في ولاية بلسلفانيا، ثم معهد أحوال الطقس في تلفزيون WFAA-TV مدينة دلاس ولاية تكساس، أين منح جائزة أحسن محقق صحفي. ثم عمل في تلفزيون KMGHJ. TV "بيورث لاند" ثم بولاية بوسطن لمدة اوميلاوي KMGHJ. TV وفي سنة 1980 أصبح برنامج على قناة WCBS التي تبث من مدينة نيويورك، أين حصد الجائزة الثانية حول أحسن تحقيق صحفي يتناول فضائح الفساد المالي. وفي سنة 1986، أصبح "أوريلي" مراسل شبكة (ABC) في برنامجه أخبار العالم الليلية والدينور تونايث. World News Tonight لمدة ثلاثة سنوات، منها أصبح مقداً برنامجاً باسمه داخل الإصدار" الذي كان يقدمه الصحفي تيبيرا نورفيل " على الشبكاتان N.B.C. C.B.S كان ذلك سنة 1995، كانت ييثل البرنامج من جامعة كندي مهارفرد أين حصل على الماجستير في إدارة الأعمال من هناك.

(2) www.nielsonmedia.org

في هذه الآونة زاد جمهور القناة حيث وصل إلى (55) خمسة وخمسين مليون مشاهد في أمريكا .
وفي سنة 2001 حصل السيد روفر أليس على عقد جديد مع رئيسه ربرت مردوخ لمدة ثلاثة سنوات
أخرى، هناك كانت القناة قد تحددت شبكة CNN في أخبار المساء، والصبح على حد السواء⁽¹⁾

قناة فاكس نيوز وأحداث 11 سبتمبر 2001.

روجت قناة فاكس نيوز للحرب الإستباقية التي قادها المحافظين الجدد، فكانت تحاور فقط أصدقاء الولايات
المتحدة الأمريكية، والذين يؤيدون الحرب على الإرهاب، ومساندة أمريكا للذهاب إلى أفغانستان والعراق،
مستضيفة للشخصيات المحافظة ولكنهم ينتمون لجماعة الهيمنة الكونية التي سلفنا الذكر عنها.

وذلك من خلال الشعارات التي كانت تضعها على الشاشة، كالحرب على الإرهاب، عندما بدأت الحلفاء
قصف العراق، وكذا شعار " اليقظة الذي ظهر بعدما سقطت أبراج نيويورك وضربت وزارة الدفاع الأمريكية حيث
حصلت قناة فاكس نيوز على إمتياز سبق الصحفي وذلك بتغطيتها للإيجاز الصحفي للبيت الأبيض كاملا
ومراجعة الرئيس بوش في جميع نشاطهم السياسية العائلية، فكانت هناك علاقة وطيدة بالرئيس بوش وصحفي
القناة أمثال " برات هيوم، الذي ظهر في كثير من المناسبات في جلسات صداقة مع الرئيس ، خاصة في مزرعته
بولاية تكساس مع أن يراث "هيوم" كان أول صحفي أعلن فوز الرئيس بوش للمرتين على التوالي.

خصصت قناة فاكس نيوز فريق ضخم من الصحفيين المختصين في الحرب، لمشاركة الجنود الأمريكيين في
فغانستان والعراق، وذلك بإحضار الصحفي الكبير، ذو الأصل اليهودي وهومن " بورتوريغو" جرال دو رفار
Jeraldo Rivera والذي كان يعمل في محطة (C.N.BC) كمراسل حرب، فكان يلبس الزي العسكري
مع طاقمه ينقل معارك حية للجنود الأمريكيين، وعبر عن فرحته كم من مرة، بأن لو يصادفه الحظ بأسامة بن
لادن ويقتله ليصبح بطل العصر.

تحصلت القناة على دعم كبير في البيت الأبيض، وهي مشاريع تشبه ذات التي تحصل عليها مقاولي الدفاع.
فكان صحفي القناة يتكلمون بلغة تخصصهم فقط، وأظهروا كأنهم وطنيين وحدهم ومن نوع الرفيع.
فكل القنوات الإذاعية والتلفزيونية، والجرائد اليومية والأسبوعية وعلى أطرافها، كانت تقول الجنود
الأمريكيين أن العمليات الأمريكية في العراق، وأفغانستان إلا صحفي فاكس يقول: جنودنا ، أبطالنا، "أورترويس"
Ourtroops⁽²⁾.

إختارت القناة عناوين وشعارات براق، لتقدم الأخبار والنشرات كشعار فاكس نيوز " Fox News
Alert" وبرنامج نيوز "Breaking News" تأتي على رأس كل ساعة، كما تقدم موجز للأخبار السياسية
كل نصف ساعة.

(1) Ken Auletta : Backstory inside the Business of News Ibid P 267.

(2) www.foxnews.com

كيف توصف القناة؟

في حوار خص به نائب الرئيس الأمريكي السابق "ألقور" جريدة نيويورك أو بسارفر The News York Observer في شهر ديسمبر 2003 واصفا قناة فاكس نيوز، بالسلاح الافتراضي للحزب الجمهوري"⁽¹⁾ في رد منه على وصف الجمهوريين لشبكة CNN بأنها قناة الرئيس كلينتون وعلى هذا خاض رئيس مجلس إدارة القناة فاكس نيوز " أليس روفر" حربا ضروس ضد شبكة CNN، بدأ محاربة برنامج الصحيفة paul Zahn والتي تقدم هذا البرنامج يحمل اسمها.

وكذا توظيف الصحفية Geta Van Susteren لكي تقدم برنامجا كلاميا ليلا ردا على برنامج paul Zahn بول "زايهن" لأن أليس إتهم CNN بالمبالغة في نشراتها إعطاء الفرصة لإعداد أمريكا بعد الإعتداد عليها في 11 سبتمبر 2001 للحدث على الهواء.

أدعت فاكس نيوز إنها قناة محافظة، وتهدف إلى الوصول إلى المحافظين، الذيم لم يسمع صوتهم، ولكن في الحقيقة، وحسب الدراسة التي قام بها مركز بيو للأبحاث Pew Research الإعلامية⁽²⁾ تبين أن 40% من مشاهدي CNN يعتبرون أنفسهم محافظين، و46% من مشاهدي Fox News يعتبرون أنفسهم كذلك، وعلق على ذلك أليس " روفر" بأن مشاهدي قناة فاكس نيوز ليس بالضرورة محافظين، ولكن الناس يجرون وراء مصالحهم وما يشفي غليلهم من أخبار جادة، وقناة نيوز توفر لهم ذلك.

كشفت القناة النقاب عن ما كانت تنشره تحت غطاء اليمين والمحافظين، لأول مرة في السابع والعشرين (27) من شهر جانفي 2003 عندما وضعت المتظاهرين ضد الحرب في مؤتمر دافوس بأنهم قطعان الظأن على لسان صحفيها المحترف، جون قبسون Jhon Gibson، وفي الثالث والعشرين (23) في شهر فيفري 2003 تبين أن فرنسا تعارض الحرب على العراق، وربما يستعمل حق الفيتو ضد الحرب، حيث وصف الصحفي Bob Selles فرنسا، بأنها حيوان " القندس" الذي يتغذي من الحيوانات الصغيرة وبيض الطيور.

وظهرت هذه الصفة لفرنسا على جريدة نيويورك بوست، وكانت تكتب على شريط الأخبار على شاشة قناة فاكس نيوز لمدة من الزمن.

كما لقب الرئيس الفرنسي الأسبق جاك شيراك ، بالدودة وظهرت صورته في شكل كاليكاتور، وممعية هتلر والرئيس العراقي الأسبق، صدام حسين، و روجت لإشاعة مفادها أن سفارة فرنسا في العراق هي التي قدمت معلومات تثبت أن فرنسا متورطة في تطوير الأسلحة البيولوجية في العراق.

ووصفت القناة الحرب على العراق بأنها حرب على "الإرهاب" وأنها حرب على الشر، وبثت شعار منذ الإنطلاقة تحت عنوان: نحن نخبر وأنتم تقررون

(1) يمكن الإطلاع على مركزيو للأبحاث الإعلامية على شبكة النتنت: www.PewReserch.org

(2) Ken Auletta : backstory inside Business of News Ibid P 258.

وكذا عدل ومساوات "الإسم الأكثر تصديقا في الأخبار "Most Trust in News".
مقومات القناة.

تملك قناة فاكس نيوز وهي ملك نيوز كورب^(*) 1250 موظفا دائما و(17) سبعة عشر مكتبا، 06 ستة منها خارج الولايات المتحدة الأمريكية وتعدد تكلفتها بـ 250 مليون دولار، وكما بلغت عائدتها لسنة 2003 بـ 325 مليون دولار ربح قدره (70) سبعين مليون دولار، مقارنة بـ CNN التي توظف (4000) موظفا و 42 مكتبا منها (31) خارج الولايات المتحدة الأمريكية، ويبلغ تكلفتها أي تكلفة إنتاج الأخبار 800 مليون دولار، أما عائدتها تقدر بواحد مليون "دولار"، ورباح قدره 250 مليون دولار.

أما شبكة (MSN. BS)، و CN . BC . بلغت فوائدها بـ 300 مليون دولار^(**).

وصول صحفي فاكس نيوز إلى البيت الأبيض.

في ماي 2006 عين الرئيس بوش الصحفي المحافظ المعروف، "ربرت توني سنو" كاتب دولة مكلف بالصحافة، والإعلام وناطق رسمي بإسم البيت الأبيض، الذي كان كاتب عمود في مجلة التايمز، وصحفي معد برنامج يحمل إسمه بث من جامعة "أوهايو".

وإشتغل السيد "سنو" كمكلف لكتابة الخطاب للرئيس "بوش" ومستشار إعلامي، جاء هذا التعيين كنتيجة لقناة فاكس نيوز، وميلها وتحيزها للمحافظين الجدد، وبالتالي برهنت على أن القناة يمينية محافظة وجمهورية 100% بروستانية في ديانتها.

إشتغل توني "سنو" من ماي 2006 إلى غاية الإعلان عن استقالته شهر سبتمبر 2007 بعض مرض السرطان الذي أصابه في القلون، ووفته المنية يو 12 جويلية 2008.

بطاقة فنية لفاكس نيوز :

تاريخ الإنطلاق البث ، 07 أكتوبر 1996

الملكية، نيوز كورب News Corporation

شكل الصور 1411/ الأكثر لمعان H-D

الشعار: نحن نخبر وأنتم تقررون - عدل ومساوات - الإسم الأكثر صدقا في الأخبار"

البلد: الولايات المتحدة الأمريكية

اللغة : الإنجليزية

البث: الولايات المتحدة الأمريكية والعالم

أخوات القناة: شبكة فاكس للأخبار سكاي نيوز، سكاي تي جي 24 (T.G24)

(*) تملك نيوز كورب 175 جريدة بالاضافة إلى نيويورك بوست.

(**) Kerauletta، من مؤلف كتاب حوليات الإتصال وله عمود في جريدة ذي نيويورك منذ 1992 ومؤلف كذلك لثمانية كتب، في مجال الصحافة والإعلام ، يعيش في نيويورك ، ويعتبر من كبار نقاد الصحافة والإتصال في أمريكا

الموقع: على شبكة الأنترنت: www.FoxNews.com

من الحلم إلى الحقيقة.

في ماي سنة 1985، أعلن ربرت مرووخ مع صديقه الأمريكي لأنشاء أكبر محطة تنافس CBS - NBS و ABC جاء ذلك في خطوة خطيرة من نوعها عندما إشترو استة محطات تلفزيونية التي كانت مملوكة من طرف "ميترو ميديا".

وفي شهر جويلية 1985، أعلنت تواني سنترى، فاكس فيلم The Twenty centry Fox Film بأن الناشر مرووخ قد إشتري 50% من فاكس فيلمد للترفيه Fox Filmed Entertainment وهي شركة الأم (توانيت ستري فاكس فيلم كورويوشن) حصدت 21 Centry 21 توانيت سري كالأتي: على 5,6 مليون من عائدات من دخل الضرائب السنوي لعام 1986، وخسرت في المقابل 55,8 مليون دولار من جراء المجهودات حول برامج "فاكس" في الوقت نفسه، كان مردوخ قد كسب خبرة كبيرة عن طريق شريكته "نيوز كورب" في إطلاق قناة Sky News المملكة المتحدة⁽¹⁾

وفي 31 جانفي 1996 أعلن مردوخ مع صديقه الإستراتيجي للحزب الجمهوري روفر إطلاق القناة على الأعمار الصناعية، والكابل لمدة 24 ساعة لتكون قاعدة صلبة في ميدان الإعلام، الأخبار الجادة، ليس فقط في أمريكا وإنما في جميع المعمورة.

بدأت القناة بعشرة ملايين مشترك، وبأخبار ساحته وحوارات، تعلن عنها على شريط الأخبار، بقي الوقت الآخر فقط للإشهار للقناة والتعريف بها، كان الصحفي "تسايدر يعد" برنامجا سياسيا يحمل إسمه، سمي تسايدر روبرت أو تقرير تسايدر، وخلال الحوار يخلله موجز لأهم الأخبار.

وخلال المساء خصت للحوارات الرأي يقودها الصحفي بيدل أوربالي سمي تقرير "أوربالي" ثم تحول هذا البرنامج إلى "أوربالي فاكتور" "رؤى أوربالي". ثم هناك برنامج رأي آخر تقدمه الصحفية "كاريار" يحمل إسمها كذلك، "كاريار ديورت" ثم برنامج آخر للأراء يقدمه الصحفيان المتناقضان الصديقان "هانتي" و"كالمس" سمي البرنامج هانتي و"كالمس" حيث يقدم نفسه هانتي على أنهم محافظ يميني، أما كالمس فهوليبرالي متفتح، يقدمان البرنامج، بأوجه مختلفة، من منظوري محافظ، وآخر ليبرالي ديمقراطي.

حرصت القناة منذ البداية على الرسومات وتقديم البيانات الملونة، بطريقة جذابة ويختصر لأي المداخلة من طرف الضيف وتقدم على شكل أفكار تكتب على شاشة التلفزيون.

رفعت إدارة القناة إحدى القناة عشر (11) دولار للمشارك، حتى يتم توزيع وتوسيع القناة على الجمهور، وتعرضت القناة إلى مضايقة من شركة التايمز وارنر بعدم حملها على نظام الكابل في مدينة نيويورك التي تسيطر فيها

(1)Williams Scott (January 31-1996) associated press merdock taps Ailes for new net work former CNBC chiee set to dircet 24 hours plus channel take on CNN, P131.

شركة، وتدخلت مدينة نيويورك وأرغمت تايمز وارنر على حمل قناة فاكس، ولكن " تايمز وارنر " راجعت دعوة قضائية ضد بلدية نيويورك، بأحما بالتدخل في سوق الإعلام مما فتحت حربا بين مردوخ و "تايمز" تم توصلًا الطرفان إلى إمضاء وثيقة تفاهم يقضي بالسماح لقناة فاكس نيوز العمل على نظام الكابل على مدينة نيويورك كان ذلك أكتوبر 1997⁽¹⁾.

تقدم فاكس نيوز 15 ساعة من البث الحي لمختلف المواضيع في اليوم، وتبث معظم هذه البرامج من مقرها الرئيسي بنيويورك، الشارع السادس. كما تقدم القناة أخبار مجددة ومتجددة عبر الأنترنت، متنوعة بالصورة والصوت، وكذا الإذاعي، وضعت ضمن أحسن العشرين موقعًا للأخبار ويمكن لمشتركي القناة الحصول على الأخبار بالصورة والصوت عن طريق الإشتراك بالموبايل أو الخليوي⁽²⁾، كما فتحت القناة خدمة الإذاعة سنة 2003 وذلك باستضافة شخصيات معروفة في حوارات، وأراء تبث عن طريق الأقمار الصناعية.

أهم النقد الذي تعرضت إليه القناة.

تعرضت القناة إلى كثير من النقد من طرف كثير من السياسيين والباحثين، بأنها قناة يمينية، تدافع عن إستراتيجية الحزب الجمهوري، وتساند اللوي الإسرائيلي، خاصة ذلك الفيلم Out Foxed⁽³⁾. ميروودخ والحرب على الصحافة لمخرجه رايرت قرين والد، الفيلم يروي عقيدة القناة اليمينية، ذو الإتجاه الجمهوري.

وفي سنة 2003 صدر كتاب عن دار النشر الأمريكي بينقان يوكس بعنوان: Lies And The Wing Liars وفي سنة 2003 صدر كتاب عن دار النشر الأمريكي بينقان يوكس بعنوان: how Tell Them : Fair and Plance Look at The Right المؤلفه، كاميديان الفرانكين يتناول هذا الكتاب نقدا شديدا لشخصيات ومؤسسات معروفة في أمريكا يتطرفها اليمين المحافظ وعلى رأسهم قناة فاكس " نيوز " وقبل البدء في بيع الكتاب، قامت القناة بمقاضاة المؤلف ودار النشر بأنه حرق للقانون وتضليل لشعار القناة المعروف " إنصاف " وكانت تهدف القناة إلى عدم إصدار الكتاب، ولكن القاضي، رفض ذلك وأجبرت القناة على سحب دعوتها.

القيمة المالية للقناة في السوق الإعلامي.

تقود القناة سوق نظام الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية في شريط بثته قناة البريطانية (BBC)⁽⁴⁾ أن مداخيل قناة فاكس نيوز قد تضاعفت خلال الحرب العراقية، وإرتفاع العنف في العراق، مما زاد في عدد المشاهدين لدى القناة بلغ 3,3 مليون يوميا.

(1)http : // www Broadcasting Cable. Com (article) OA 6555936.html

(2) www.FoxNewsmobilewebsite.com

(3) يمكن الإطلاع على الفيلم على الموقع: www.moveon.org

(4)<http://www.broad casting cable.com/article/CA6517290.htm> Fox News channel leads in 2007 cable News Ratings.

أما في سنة 2004 تضاعف العدد ليصل إلى 1,3 مليون مشاهد أثناء تغطيتها لمؤتمر الحزب الجمهوري خلال الحملة الإنتخابية للرئاسيات.

وفي نهاية 2005 وبداية 2006 بدأت القناة تحسر بعض المشاهدين خاصة لحظة الذروة والبرامج، من بين هذه البرامج التي خسرت المشاهدين، هو برنامج التقرير الخاص (سبيشل ريبورت Special Report) لصاحبه " هيوم برات " " أين نزلت نسبة مشاهديه بـ 19% .

ثم عادت نسبة المشاهدين إلى أعلى رتبة في نظام الكابل خاصة أيام الأزمة الكورية الشمالية وتخلصها من المفاعل النووي سنة 2006، وكذا ساعد على ذلك حرب لبنان مع إسرائيل في صائفة 2006. وبقى البرنامج " ذوربالي فاكتر، وهابيتي كالمس " في المرتبة الثامنة ضمن العشر أخبار الكابل الليلية مشاهدة في أمريكا.

أما في مطلع 2007 فقد احتلت قناة فاكس نيوز " المرتبة الأولى من حيث الأخبار نظام الكابل ونزلت بـ 1% من مجموع المشاهدين يوميا، وقفزت CNN بـ 1%⁽¹⁾.

الخدمات الإضافية للقناة فاكس نيوز.

وضع نظام الإشهار للولايات المتحدة الأمريكية خدمات الأحوال الجوية تنبوءات الطقس على قناة فاكس نيوز، ذلك سنة 2006.

كما بثت القناة في أستراليا على القنوات الأولى والتي تشاهد عن طريق الدفع، وهوفوكستال Foxtel وأوستار Austar وابستير O.P.T.U.S.V حيث تملك نيوز كورب 25% من فاكستيل مع أويتوس وأستار، حيث تستحوذ على الإشهار مع أختها سكاي نيوز Sky News.

أما البرازيل، فتوسع بثت القناة سنة 2002، وعاد الإشهار الوطني إلى فاكس نيوز إكسترا، وهي تبث عن طريق مؤسسة سكاي Sky ، وهي عبارة عن بث رقمي تعاوني مع نيوزكورب، فلويسات.

أما في كندا باشرت بثها في الرابع عشر من شهر ديسمبر 2004 عن طريق هيئة الكندية للإذاعة والتلفزيون والإتصالات (CRTC) هذه الهيئة التي سمحت لقناة فاكس نيوز بالبث في كندا بالنيابة شبكة التلفزيون الكونية.

وحددت الهيئة الكندية للقناة مدة البث بعقد ينهي في شهر نوفمبر 2004، ورفضت الهيئة الكندية للإتصالات إعادة منح القناة اعتماد البث، لكن هذه المرة قناة فاكس نيوز حصلت على مزود كندي ثاني هو روفر للإتصالات وهي شركة كندية كان ذلك في السادس عشر من شهر ديسمبر 2004، أين أصبحت القناة تزود عن Rogers Communication تزود عن طريق الكابل والأقمار الصناعية. وفي نيوزلندا تبث قناة فاكس نيوز على قناة 92 مقابل الدفع لتلفزيون سكاي الذي بثت عن طريق الأقمار الصناعية، (الرقمي) وتبث

(1) موسوعة ويكيبيديا بالإنجليزية www.wikipedia.org

خلال الليل وعلى تلفزيون نيوزلند " برايم" الذي تملكه سكاي، مع العلم أن نيوز كوري لها أسهم في كلتا الشركتين سكاي، وبراييم.

توسعت الإمبراطورية الإعلامية فاكس نيوز إلى غاية الدول الإسكندافية، فما بين سنة 2003 وسنة 2006، وصلت فاكس نيوز إلى هناك، وبدأت تبث لمدة 16 ساعة في اليوم على (تليفون 8).

وفي المملكة المتحدة حصل إتفاق بين قناة فاكس نيوز وشركة سكاي البريطانية للبت (B SKY B) وشبكة تلفزيون الأقمار الصناعية (Skydigital) حيث يملك شركة نيوز كورب 40% هي تملك قناة (بي أس كي بي) B.S.K.Y.B، كما تبث فاكس نيوز أحيانا بالفيديو على قناة (سكاي) كما بثت أحيانا مجاناً لتقديم بعض الأخبار دائماً على قناة سكاي.

وفي مطلع 2006 حصلت قناة فاكس نيوز على "إمتياز" الإشهار البريطاني، وكذا الأحوال الجوية وعناوين الأخبار التي تزودها به قناة (سكاي)، هذا الإجراء تم تحت فرع قناة فاكس نيوز العالمية.

وهذا الإتفاق الذي حصل بين فاكس نيوز وقناة سكاي، في قسم الإشهار والعناوين الرئيسية أدى في كثير من الأحيان إلى التعاون في إنتاج الأخبار والمراسلين عبر العالم.

ولم تتوقف فاكس نيوز عند هذا الحد، بل استمرت في أكثر من 40 أربعين دولة في العالم، كاليابان مثلاً التي توقف فيها بث قناة فاكس نيوز سنة 2003 ويشترك نظام الكابل و(بان كلوبل تي في Pan Global TV (Mediatti

ومن أهم الدول التي تتواجد بها الإمبراطورية الإعلامية فاكس نيوز نذكر⁽¹⁾

(1) The State of The News media 2008 : Projeet of excellence in Journalism (27/04/2004).

المبحث الثاني : تحليل أهم برامج القناة والفاعلين فيها .

تحليل البرامج في قناة فاكس نيوز .

1-برنامج هانتي و كالمس: Hannity & Colmes⁽¹⁾: برنامج يهدف إلى تقديم أخبار الآراء الناعمة، عن السياسة، يقدمه كل من الصحفي هانتي الذي يمثل التيار المحافظ فيه، وكالمس يمثل التيار الليبرالي، مدة هذا البرنامج هي 60 دقيق وكل طرفي سيتدعي ضيوفه الخاصين الذين يؤيدون رأيه، حيث بدأ هذا البرنامج سنة 1996.

ضيوف هانتي

- 1) Alphonse Diamato
- 2) Monica Crouley
- 3) Newt Gingrich

ضيوف كالمس

- 4) Laura Ingrahom
 - 5) Rich Lawx
 - 6) Chuck Norris
- Susan Estrich
Hardd Foldjr
Robert Reich

2-ستديو (B)⁽²⁾

يقدم هذا البرنامج تشبارد سميث Shepard Smith⁽³⁾ يقدم على الساعة الثالثة مساءً بالتوقيت الشرقي بالولايات المتحدة الأمريكية، من الإثنين إلى الجمعة يلحظ قصص مختلفة، والتي سبق وأن غطتها القناة من خلال الأخبار الآتية، مع الإعتماد على شبكة من المراسلين لنقل هذه الأخبار الساخنة، بالإضافة إلى إستضافة محللين خبراء للتعليق على هذه القصص الإخبارية، تظهر شارة ستيدوب "ب" كبيرة وتحمل ستيدوب إلى الأعلى ، يقدم مع موسيقى خاصة وألوان باهية، يقدم هذا البرنامج من الساعة الثالثة إلى الرابعة مساءً، وفي نهاية الأسبوع يقدم قصص إخبارية، تسمى إصدارات الأسبوع، وهو عبارة عن تلخيص للأسبوع.

3-برنامج Fox Freinds:

على السادسة صباحاً، برنامج فوكس والأصدقاء أولاً ويقدم من طرف ، Leuren , Kiran Chetry , Green, Juliet Huddy وآخرون من الصحفيين.

(1) سين هانتي: من مواليد 30 ديسمبر 1961 مؤلف محافظ له برنامج إذاعي وتلفزيوني يعد برنامج، سمي برنامج هاتي يقدم على راديو (ABC)، وبرنامج هانتي وكالمس على قناة فاكس نيوز، وكذلك برنامج أمريكا هاتي، كذلك يقدم على قناة فاكس نيوز وله مؤلفان :

- 1) Let Freedom ring : winning the war of ideas in politics – media and lif
- 2) Deliver us From Evil Defeating Terroim desposition, and liberalism.

وهو خريج جامعة نيويورك المالية.

(2) www.StudioBonFoxNews.com

(3) ولد شيباز سميث ديفيد في 14 جانفي 1964 بمدينة هولي سيرينج بولاية المسيسيبي، تخرج من مدرسة خاصة، ثم التحق بجامعة المسيسيبي، أين تخصص في الصحافة، لكنه لم يكمل بعض الوحدات، وألتحق بمعهد الصحافة، يكره التحدث عن نفسه إلا أنه يجهر إنتمائه للكنيسة البروسانية. بدأ عمله أول مرة كصحفي مع تلفزيون "ديلبوحي، أس.ج.تي في (WY HG-TV) بمدينة بانما بولاية فلوريدا كمراسل سنة 1985، ثم مقدم برنامج مع تلفزيون "رديليو أس في أن تي في) ثم مراسل كلية الشؤون العالمية بكاليفورنيا، بعدها إلتحق بفاكس نيوز سنة 1996، كان من المؤتمرين الحرب على العراق، وصنف سنة 2003 من طرف مجلة تي في "فايد" من الصحفيين أكثر مصداقية عن المشاهدين، ونشرت نيوزك تايمز في 19 نوفمبر 2007 بأنه أمضى ثلاثة عقود مختلفة في ميدان الصحافة، سيتحصل بموجبها على 07 مليون دولار في السنة. للمزيد من المعلومات يمكن الإطلاع على الموقع التالي : www.ShepardSmithbioatfoxnews.com

على الساعة السابعة صباحا فوكس والأصدقاء ويقدم هذا البرنامج نخبة من المنشطين وهو برنامج يقدم بكيفية برامج مثل صباح الخير أمريكا والذي يقدم في سي ان ان على الساعة التاسعة صباحا: يبدأ برنامج فوكس والأخبار الحية، والذي يقدم أخبار وضيوف محللين وحوارات وتعليقات وكذا مناظرات بين الناس من مختلف الاتجاهات والأفكار ويقدم عادة من طرف Brigitte Quinn Jonscott وكذلك بيل هامر.

على الواحدة زوالا يقدم جوليت هودي وميك جيري برنامجا يظهر فيه كلام وحوارات جمهور حي تحت عنوان جانب من النهار على الثانية زوالا، يقدم وارتا ماكلوم برنامج فوكس نيوز مباشر على الثالثة، يقدم شيبارد سميث برنامج أخبار من استوديو ب على الرابعة زوالا يقدم الصحفي نايل غافيتو أخبار في المال والأعمال تحت عنوان عالمك.

على الساعة الخامسة زوالا، يقدم جون غيبسون برنامجة القصة الكبرى وهي عبارة عن تقديم الأخبار مع التعليق عليها.

على الساعة السادسة زوالا يقدم الصحفي الكبير برايت هيوم برنامجة السياسي الذي يتناول أخبار سياسة ومناقشتها تحت عنوان تقرير خاص مع برايته هيوم.

على الساعة السابعة يعود كذلك الصحفي شيبرد سميث ليقدم برنامجة الخاص بتقرير فوكس، وهو عبارة عن أخبار متفرقة في اليوم يسمى تقرير فوكس مع شيبرد سميث .

على الساعة الثامنة يقدم بيل أوريلي فاكور برنامجة المسجل والتعليق على بعض الإصدارات الجديدة والمشهورة.

على الساعة التاسعة يقدم كل من المحافظ سين أنيتي والبرالي ألين كولمس مناظرة حول المسائل السياسية اليومية مع مجموعة من الضيوف والمحللين تحت عنوان hannity And Colmes .

على الساعة العاشرة ليلا : تقدم الصحيفة النشيطة غريتافن سوسترن بث برنامجها المعنون On Record على التسجيل، البرنامج هذا يركز على القضايا الإنسانية والحساسة والمهمة و كذا القضايا العادية والقانونية. على الساعة الحادية عشرة ليلا: إعادة نشرة أخبار السابعة وتستمر إلى غاية السادسة صباحا من اليوم الثاني القادم .

وتنشر برنامج يوم الأحد صباحا وهو برنامج سياسي يتعرض فيه للمناقشة والتحليل، من طرف ضيوف وصحافيين ومحللين وعادة هؤلاء معتمدون من طرف القناة.

أهم الصحفيين والمذيعين لقناة فاكس نيوز:

تصنيف برامج قناة Fox News لسنة 2011

حسب موقع Austin.Com وهو الموقع يأخذ إسمه من عاصمة ولاية تكساس أوستين Austin وكلمة أو إسم أوستين تعني أحد عقدااء الجيش الأمريكي، الذي خاض الحرب ضد الجيش المكسيكي في معركة المو "Alamo" كان ذلك سنة 1836، وإنهزم فيها الجيش المكسيكي.

وحسب هذا الموقع الذي تحمل شعار ماذا تفعل أوستين؟ What Austin Deos؟، فإن أحسن البرامج لسنة 2011 هي عشرين برنامجا تأتي في مقدمة هذه البرامج برنامج قناة فاكس نيوز الشهير والذي يحمل إسم مقدمة:

The O reuly Factore

وجاء الترتيب كالآتي:

إسم البرنامج	إسم الشبكة
1. The O. Reuly Factore	Fox News
2. Hunnity	Fox News
3. Special Report Wiph Bret Baier	Fox News
4.The fox Report Wiph Shepard SmiPh	Fox News
5. On The Record Wiph Greta	Fox News
6. The Five	Fox News
7. Your World Wiph Neil Cavuta	Fox News
8. The O.Reillg Factore	Fox News
9. Americain News Room	Fox News
10. Americain Live	Fox News
11.Studio « B » Wiph Shepard Smish	Fox News
12.Fox And friends	Fox News
13. Happening Now	Fox News
14. Rachel Maddaw Shou	MSNBC
15. The Last World Wilh Lawrence	MSNBC
16. The Ed Show	MSNBC
17. Anderson Cooper 360°	CNN
18. Nancy Grace	HLN
19. Harball Wiph Chris Maphews	MSNBC
20 Piers Morgan night	C NN

ALICIA ACUNA
DARI ALEXANDER
JIM ANGELE
DAVID ASMAN
FRED BARNES
JULIE BRADIRAS

تصنيف برامج فاكس نيوز لسنة 2011

أما الجدول المقابل يوضح تصنيف برامج الفاكس نيوز لسنة

2011

صناعة الرأي العام

وتبعاً لمعهد قياس الرأي العام في جامعة ميلاند وفي شتاء 2003، 2004 الصادر في مجلة Political Science Quality وحول مدى تأثير القناة في الأخبار المحلية استطاعت أن تصنع رايها عاما وطنيا وعلى غرار بقية القنوات الأخرى.

فإن 67% من الآراء والأفكار ومن بأن الولايات المتحدة تملك أدلة قطعية بأن صدام حسين يعمل مع القاعدة مقارنة مع 56% سي بي اس و 49% انبي سي و 48% سي ان ان و 45% أي بي سي و 16% ان بي ار. إلا أن دور العراق في تفجيرات 11 سبتمبر أظهرت بأن 33% من سي بي اس 24% من فوكس و 33% فوكس بأن، أن العراق يحوز على أسلحة الدمار الشامل وأن الولايات المتحدة الأمريكية أحرزت ذلك. 23% ل سي بي اس و 20% كل من سي ان ان وانبي سي و 19% اي بي سي و 11% انبي ار 35 فوكس بأن أغلبية العامل يؤيد الحرب على العراق ويجدونها 28% سي بي اس 27% اي بي سي 24% سي ان ان و 5% ل ان بي ار.

وهناك دراسة أخرى من طرف الصحافة المتوقفة أظهر بأن تغطية الحرب على العراق بلغت 732004% من فوكس نيوز للقصص وافتتاحيات الرأي بالمقارنة 29% على MSN BC و 2% سي ان ان، كما أن نفس الدراسة أظهرت بأن فوكس أقل حظاً من سي ان ان في إظهار إختلاف الآراء، ومن جهة أخرى فإن الدراسة يث بأن فوكس أكثر القنوات شفافية في مصادر أخبارها.

ما يعاب على القناة فوكس.

يعاب على برامجها الهوائية بأنها منحازة للمحافظين، خاصة الصحفي بيل أوريلي الذي يعتبر من المساندين للحرب على العراق إلا أنه لا ينتمي إلى أي حزب.

وكذلك الصحفي جون غيبسون، أنه محايد للرئيس بوش وأنه يميل ويعلق على الأخبار كما يريد أن تكون، خاصة عندما كان بوش يؤدي القسم (قال سيكون بوش رئيساً ومن كان يريد أن يعرف إذ ليس رئيساً شرعياً.

وكذلك الصحفي نايل غافيتو وهو نائب رئيس قسم الأعمال والمال في القناة وعضو اللجنة التنفيذية للقناة الذي يميل إلى بوش ويسانده في إصلاح النظام الإجتماعي، وكان ضد قضية مايكل جاكسون في إدانته بالإعتداء على القصر وأنه شوه أمريكا.

في سنة 1990 أوصلت القناة كل محطاتها بالكابل واستعملت القناة على WWW

أهم مقدمي برامج Fox News

برات هوم Brit Home

يملك برات هيوم خبرة صحفية قدرها 35 سنة معظمها محرر من منطقة واشنطن العاصمة مع برفاكس نيوز فقد عمل كمقدم ومنتج برنامج " سيشال ريبورت مع برات هيوم " تقرير خاص ويعتبر برناجه هذا من ذات القيمة في تلفزيونات الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية، ويث هذا البرنامج كل يوم من الساعة السادسة إلى السابعة بتوقيت الولايات المتحدة الأمريكية.

ويعمل كذلك كضيف ومحلل سياسي لبرنامج FOX NEWS SUNDAY وهو كمسؤول عن الأخبار العالمية، التي تصدها مكاتب القناة من وراء البحار.

وقبل التحاقه بقناة فاكس نيوز 1996 كان صديقا في شبكة ABC لمدة 23 سنة عمل فيها كمراسل معتمد لدى القناة في البيت الأبيض منذ 1984 إلى غاية 1996 وعند التحاقه بشبكة ABC سنة 1993 أسندت إليه مهمة مستشار لقسم التوثيق لشبكة ABC إلى غاية 1976 لقب بمراسل البيت الأبيض ثم إبتدأ بالكونغرس كمراسل على غاية 1988 ثم عمل برات هيوم كمراسل لوكالة الأنباء الأمريكية المتحدة العالمية للصحافة.

ونال هيوم عدة جوائز أهمها كانت عام 2003 حول أحسن عمل صحفي من المؤسسة الوطنية للصحافة، كما حصل على جائزة أخرى سنة 1991 حول حرب الخليج . وكتب كتابين الأول Inside Story والثاني Death And The Mines متخرج من جامعة فرجينيا للصحافة.

أوريلي Orelly:

ولد أوريلي في مدينة نيويورك من أصل إيرلندي في عائلة كاتوليكية أبوه وليام وأمه أنجلا من مدينة بروكلين من مقاطعة بيرجين بمدينة نيوجيرسي، أبوه كان يشتغل مصنف مكنتبات ثم أصبح محاسبا، وأمه كانت مائكة في البيت، ثم رحلوا إلى مدينة نيويورك عندما أصبح يمشي وعندما تخرج من ثانوية شاميند 1967.

كان أبوه ملاحا، ثم إنضم إلى فريق الكرة القدم في نفس الثانوية التي درس فيها وكان يشتغل كاتب عمود في المجلات المدرسية التي كانت آنذاك بالدائرة كما قضي ريعان شبابه كعضو في معهد الملكة ماري في جامعة لندن وكان يلعب في فريق بازيال للمحترفين أين حصل أوريلي على شهادة الليسانس في سنة 1971 في علوم الفن.

وتزوج أوريلي من ميفيلمي التي كانت تشتغل مديرة تنفيذية للعلاقات العامة عام 1955 وفي عام رزق بطفلة سماها مادلين في 1998 وطفل سنة 2003 سماه وفقا لما نشر جريدة NEWS DAY في أكتوبر 2005.

وله حراس شخصيين وله حساسية كبيرة من أخذ الصور مع أي إنسان لحماية حياة عائلته الخاصة.

بعد تدرجه من معهد مارسيت رحل اورلي إلى مدينة ميامي بفلوريدا أين تعلم الإنجليزية والتاريخ في الثانوية لمدة سنتين، وبعدها غادر ميامي رجع إلى المدرسة أين حاز شهادة الماستير في البث التلفزيوني من جامعة بوسطن سنة 1976 وخلال هذه الفترة كان يشتغل محررا وله عمود في عدد من الجرائد المحلية، وكذا المجالات الحية وعمل أول بث له من ميامي كما يراجع ويعمل في دراسة الأفلام الجديدة بجريدة ميامي هيرلد.

وأثر حياته المهنية في تلفزيون WNEP في مدينة سورانزون بانسيكسلياريا، كما كان مقررا للأحوال الجوية، ثم تحول إلى نفس المحطة في مدينة دالاس تكساس فكان يتزعم نادي الصحفيين المحررين وكرم من تلفزيون دانفر بمدينة كولورادو حول تغطية لحادثة SKY TAKING وعمل كذلك بمحطة كاتو تي في في مدينة بورت لاند وأوريغون وكذلك هارت فورد وبوسطن، وفي سنة 1980 بث برناجه الجديد من مدينة نيويورك مع محطة WCBS يعن كوفي للمرة الثانية عندما تطرق إلى فضائح الفساد بالمدينة مارشالز.

وعمل مراسلا ل سي بي اس أثناء تغطيته للحروب من السالفادور إلى الأرجنتين التي اتخذها كقاعدة للبث وفي سنة 1986 انضم أورلي إلى قناة ABC كمراسل، وفي سنة 1989 انضم إلى كبار صانعي الأخبار في فوكس نات وورك وأصبح من فريق التحرير وكان أول صحفي أمريكي يقوم بتغطية سقوط جدار برلين عام 1989.

وفي سنة 1995 أصبح أورلي في مكان NBC و CBS وفي غرفة التحرير وفي سنة 1998 ترعب على عرش FOX NEWS معدا لبرنامج الشهير والحالي O'REILLY FACTOR وهذا البرنامج هو برنامج مسجل في استديوهات نيويورك ويث يوميا على فوكس نيوز على الهواء على الساعة الثامنة مساء وقد اكتسب شهرة كبيرة لكنها أيضا من فضيحة مونيك و ليرسكي مع كلينتون سنة 1998.

التوجه السياسي والتحيز:

كل آرائه تنصب نحو توجه واحد وهو أه محافظ وينادي بالإنتماء الاقتصادي ودعم الدين والتغيير. وهو يتناقض في أفكار محافظا ومدعما في نفس الوقت وينادي نفسه بالتقليدي والمحافظ في كتابه الدب أصدره تحت عنوان The Or Relliy Factore ويصف عمله بأنه ليس مناضلا لأي جهة ولكنه ينتمي الحزب اتلجمهوري وبأيد، ويعارض الإجهاض وضد إرتفاع حرارة الكون، كما حذف اسمه من قائمة المنتخبين للحزب الجمهوري، لأنه علم بأن الوشنطن بوسط تريد أن تسبح له قصد حول انتمائه الحزبي وحدث مستمعين على راديو فاكثير لن يصوتوا ضد المرشح للكونغرس وهلا يسقط الأخير.

وفي مارس 2003 نادى على المباشر لمقاطعة المنتوجات الفرنسية التي تباع داخل الولايات المتحدة الأمريكية، عندما رفض شراء الحرب على العراق، ووصفه ترا بأنه يشبه الدودة.

في أبريل 2004 أعلن أن التجارة الأمريكية صدرت من واحد بليون دولار من جراء هذا الكلام وكان من الأوائل الذين روجوا غزو العراق وقال في حديث CBS هذا الصباح بأنه إذا لم يوجد سلاح للدمار الشامل في

العراق مستعد أمام الجمهور أن يقدم اعتذاراته، وأنه متأكد أن صدام يملك ذلك، وعندما غزا الأمريكيون العراق ولم يعثروا على السلاح قال آسف أنا كنت مخطئا ولكنني أساند الحرب ضد الإرهاب .

4- برنامج غلين بيك Gleen Beck

كتبت جريدة نيويورك تايمز عن هذا الرجل المحافظ وترجمة جريدة الشرق الأوسط ذلك المقال والشهادة الحية في مقارنة أدبية تاريخية وشاهد من أهلها حيث قال الصحفي في جريدة نيويورك تايمز " ديفيد كار " بأنه شاهد الصحفي غلين بيك على شاشة فاكس نيوز وهو يتحدث عن الأعداء المتربصين بالولايات المتحدة في كل مكان وعن المؤتمرات التي تحاك ضد أمريكا في أنحاء العالم، وهو الوحيد الملم بهذه المؤتمرات.

ويضيف ديفيد، بأن غلين بيك تحدث عن حزب الله وعلماء الاجتماع وأسعار الغاز والشريعة الإسلامية وحتى جوج سارويس.

إن غالين بيك على حد وصف تشارلي⁽¹⁾ تسين بأنه يهودي الأصل ومحافظ وظاهرة من الظواهر البرامج الحوارية الإذاعية حيث برز إلى الوجود فجأة مع بداية 2009، خاصة عندما حول الساعة الخامسة وهي الساعة التي يهرب منها جميع صحفي القناة فاكس نيوز Fox News التي حولها إلى أحد القنوات المهمة في القناة وكان بيك في الفترة الممتدة من 2009 إلى 2011 بمثابة العرّاف الكبير والعالم بكل رائحة الثورات في العالم.

وبعد نجاحه المتميز ظهر على غلاف مجلة التايم وكذا مجلة نيويورك تايمز، وعقد عدة مؤتمرات في أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية غصت على آخرها بالحضور مما أصبح يشكل تهديدا لكل من صديقه بيل أورلي، وتسين هانتي.

وفي شهر أوت سنة 2010، كان قد نظم تجمعا في مبنى مركز واشنطن التجاري سماها مسيرة إعادة الشرف، حيث حضر إلى التجمع 10,000 شخص، لكنها لم تأت عليه بالفائدة أين إنخفضت نسبة مشاهدي برنامجه والتي قدرت بـ 1/3 من المشاهدين، مقارنة بمذيعي قناة فاكس نيوز الآخرين.

وتعرض إلى نقد شديد عندما ناقش موضوع الرعاية الصحية في جانفي 2010، أين حصل على أكثر من مليون مشاهد من الشبان. مما أثار غضب مسؤولي شبكة فاكس نيوز والتفكير في إنهاء عقد بيك الذي إنتهى في جوان 2011.

ويضيف أصدقاء بيك بأنه لا يستطيع أن يتنفس بدون قناة فاكس نيوز، إكتسب شهرة كبيرة منها مما ساعدته في بيع كتابه، الذي قارب أربعة ملايين نسخة، كما يضيف من قمة مذيعي الراديو.

ثم أنشأ موقعا اليكترونيا سماه ذي بليز The Please إلى جانب عرضه المسرحية التي تغضُ بالمشاهدين وحسب مجلة (فوريس) فإن شركة بيك، والمسماة (مير كوري راديو آرتس) تدير دخلا يفوق 30 مليون دولار سنويا.

(1) <http://www.AASUSAT.COM/PRINT.OSPDID=612842&issueno=11797>

يعيب أصدقاء بيك على أن أخطائه هي التي كانت وراء مغادرة الكثير من الشركات لرعاية البرنامج حيث قدر عدد هذه الشركات المغادرة بـ 300 شركة تاركة أمام عدد قليل من الشركات التي تتماشى سياستها مع عقيدة بيك الإنجليزية.

ويقول بيك: بأنه كان يعمل في قناة كابلية لم يسمعه أحد ولم يشاهده أحد والآن يعمل في قناة فاكس نيوز، يعلق و يصقل الأخبار كما يشاء وهذا لا يكون إلا على قناة فاكس نيوز.

ويصف الصحفي وليام كريستول في صحيفة ذي ويكلي تستادر The Weekly Stands وهو في حالة الدفاع عنه، بأن بيك ينطلق من علماء الاجتماع واليسارين يعملون مع الأصوليين الإسلاميين على نشر بذور الفوضى في العالم، ولهذا خفضت شعبيته، خاصة عند بداية الحراك المصري ضد النظام حيث كان يرى الثورات في الشرق الأوسط بأنها بداية النهاية، كما يظهر أحيانا إن لم نقل في غالب الأحيان وحده في الاستديو ومع لوحته لإلكترونية ويذيع أخبارا ملفقة حيث يجلس وأحيانا يمشي متمثلا بين الألواح التي يرتبط كل منها بأخبار تبث عن الكتابة ويظهر أحيانا بعيدا عن الكاميرا ومركز في منتصف المسافة وهو يتحدث عن النكبة التي يديرها هو وحده .

أما الصحفي "ديفيد فون دريل" الذي كتب مقالا مطولا في صحيفة "Time" بصفة كان مرحا، ومتجددا لكن كلما زاد الوقت الذي يستمع قيد الناس إلى صراحة، إزدادوا شعورا بالإرهاق".

أما جويل تشيتوود وهو نائب رئيس التنمية في قناة فاكس نيوز والمسؤول التنفيذي للبرنامج أنه " من السخف إقتراح أن العلاقة الجيدة التي تربط الجمهور الأمريكي بيك قد ضعفت فهذا يضر بقدرته على التنافس لكنه يقول إنه تناقش مع بيك فيما يمكن أن تحافظ على إثارة البرنامج، لقد تحدثنا عن هذا الأمر بناء على طلبه من الضروري معرفة أنه مهما كان أهمية الأمر أو مدى فظاعة المنحي الذي تتجه إليه الأمور عن وجهة نظره فعلى البرنامج أن يحافظ على قيمة الأمل.

ما تراه على شاشة التلفزيون مع غلين هو الصحيح وهو سلاح ذو حدين، فإذا كان منزعجا فإن ذلك يكون واضحا.

كما صرح تشيتوود بجمهورية يوم الأربعاء 15 مارس 2011 قائلا: " عندما أتيت إلى هنا للمرة الأولى كنت أو من بأنني إذا أخبرتك بالحقيقة وتحققت من كل المعلومات جيدا وإذا كان بمقدورنا دعم القضية بالحقائق سيشرح الصحفيون في أماكن أخرى بالفضول سيستنون بمصادرهم ويتحققون ويبينون الحقيقة، ويظهرونها ثم هز رأسه وضحك بمرارة.

- لقد غادر غلين بيك القناة (فاكس نيوز) والدموع تدر في يوم 30 جوان 2011 وفتح موقعا جديدا سماه "GBTB" ويمكن الولوج إليه بدفع 9.95 دولار أمريكي أو دفع 4,95 دولار للعرض الواحد.

التهافت الإعلامى.

كتب ستيف روندل " Steve Rendall ما بين شهري مارس وأفريل من سنة 2004 على موقع Faire.Com هذا الموقع الذي يهتم بمراقبة الصحافة الأمريكية والعالمية ليس الرقابة بمعناها السياسى والسلطوى وإنما من حيث المصادقية والدقة حيث كتب الكاتب Steve بأن لماذا الحديث عن قناة فاكس نيوز بأنها تملك الريادة الإعلامية فى أمريكا من حيث التأثير ونسبة المشاهدة بينما قناة CNN أكثر مشاهدة.

لقد أختيرت قناة فاكس نيوز Fox News كأحسن قناة أداء وتفوقا من قناة CNN من بين قنوات النظام الكابلى هذا ما عنونته جريدة فى Chicago Tribune 2004/03/42 و إستمرت قناة فاكس نيوز تسحق CNN هكذا عنونت جريدة Knight Ridder Cdallas Moemig فى يوم 03 فيفري 2004 كما نالت قناة فاكس نيوز جائزة مؤسسة Nielsen وفى صيف 2003 فى 17 من شهر أوت، كتب مجلة نيويورك تايمز بأن قناة فاكس نيوز كانت أكثر أهمية من قناة CNN أثناء غزو العراق 2003 ومازالت أكثر شأنا. وعند مراجعة كثيرا من القصص الإخبارية والمقالات خاصة عند مافحصت القناة من طرف مؤسسة Nielsen" فإن قناة فاكس نيوز أكثر مشاهدة من CNN .

وبناء على ما سبق ير الصحفى Steve Rendall بأن كل ما قيل وما كتب من خطأ وأتركوا المجال للمشاهد سيكون وفى لقناة CNN أكثر من Fox News. وحسب دراسة الميديا عن مركز الأبحاث "Nielsen" فإن قيمة القناة تقاس بعدد المشاهدين فى الدقيقة. وعليه فإن قناة Fox News تغلبت على CNN وذلك فى عدد المشاهدين فى الدقيقة والذي وصل إلى 1,02 مليون مشاهد لقناة Fox و 666,000 مشاهد لـ CNN كان ذلك سنة 2003.

كما أن هناك قاعدة أخرى يعمل بها مركز "Nielsen" لأبحاث الميديا وهى قياس عدد المشاهدين على الأقل ستة دقائق بمضيها المشاهد للقناة وفى هذه الحالة تكون CNN قد تفوقت على Fox News والتي نادت به CNN أنها أكثر بحوالى 20% من Fox News حسب جريدة Deseret Morning News 2004/01/12.

إن نظرية العدد التراكمى Cumelative والذي يأخذ بقياس عدد المشاهدين فى الثانية، النقل وعلو المشاهدين والذي يقاس على الأقل ستة دقائق فى اليوم، فإن خلال حرب العراق أو غزو العراق سنة 2003 بقيت CNN متفوقة على Fox والذي قدر بـ 105 مليون مشاهد لـ Fox بمقارنة بـ 86 مليون مشاهد بالنسبة Fox حسب مجلة cable Fax 2003/04/30، وفى نفس الوقت كانت مؤسسات أخرى خاصة لصناعة الميديا Media Out lets بأن Fox وصل عدد مشاهديها إلى 3,5 مليون مشاهد فى الثانية و CNN بـ 2,2 مليون مشاهد وهى نفس الفترة أى فترة الغزو على العراق.

وتبعاً لدراسة قامت مؤسسة "The Adagenxy Cara" نشرت في مجلة Holly Wood Reporter 2003/08/13، أظهرت هذه الدراسة بأن 37% من المشاهدين يسمون أنفسهم بالمحافظين المتشددين ولكنهم يشاهدون CNN خلال الأسبوع و32% يشاهدون Fox.

أريني النقود Shaw Me The Money

حتى مؤسسة "Nielsen" للإبحاث الميديا التي تقوم بأبحاث إعلامية ودراسة سوق الميديا في الولايات المتحدة الأمريكية بناء على هذه الدراسات يعرف المعلنون من هي المؤسسات الإعلامية الكبرى التي تستحوذ على أكبر عدد من المشاهدين حتى يعلنون مهماً، لأن الإشهار عصب حياة الميديا الأمريكية وهنا تغيب الحقيقة، لأن الأمر يتعلق بالأموال وكيفية الحصول عليها. وعلى هذا شعار كل القنوات والمؤسسات الإعلامية هو Busniss Is Busniss لهذا يقول السيد Sherrill Maine وهو من كبار مخططي لـ CNN ونائب رئيس مدير التسويق يقول بأن كنا نحب قناة Fox وقيمنا لأن Fox تحب قيمتها التراكمية Cable Fax 2003/01/26.

لكن يبقى التنافس هو الأساس ما بين هذه القنوات وتبقى الخطوط العليا هي الخطوط العليا ، فإن القناة التي تحصل على أكبر عائدات إشهار هي القناة التي تكون لها الريادة الإعلامية في سوق الميديا وعلى هذا الأساس كثير من الباحثين في ميدان الإعلام الأمريكي يؤكدون على أن قناة CNN مازالت مسيطرة في سوق الإشهار وعائداته، على حد قول المحلل المالي والمختص في بورصة الإعلام Michael Gallant عندما ما صرح لجريدة Chicago Tribune 2003/11/28، قال: قناة Fox تنمو وتتطور بسرعة لكن CNN مازالت تحصل على 200 مليون دولار سنويا أي أكثر من Fox.

ويضيف رئيس CNN، Walton Jim، بأن قنواته مازالت تحصد 40% من القيمة الإعلامية (Television Week) 2003/07/14. وترجع ذلك إلى أن المعلنين يفضلون لـ CNN لأنها تعتمد على طريقة من المشاهدين الحقيقيين Lighter Viewers، لأن القناة تركز على جميع الشرائح من التنوع الاجتماعي والتطور الديموغرافي.

وفي إستجواب أحد المحللين الإعلاميين في حوار مع مركز Extra⁽¹⁾ بأن CNN تعتمد على الأخبار في الإذاعة وهي الوجبات السريعة التي تحبها الجمهور لكن Fox News تركز على الحوارات الإخبارية والجمهور لا يفضل ذلك أي برامج الرأي يتطلب وقتاً طويلاً ولذلك قناة CNN كانت تقود الموضوعية سنين عدة وستستقطب عدد هائل من المشاهدين على اختلاف المشارب، عكس Fox News التي تقصد جمهور معين وتحاول توجيه العقول وتبقي قناة فاكس نيوز هي القناة المفضلة إلى حد الآن بين القنوات التي تسير على نظام الكابل، بإعتبارها تترعب على قاعدة عريضة وثقيلة من المشاهدين، وتجمع غالبية المشاهدين أنها قناة متحيزة إلى الجناح اليميني، وأحتلت المرتبة الأولى من حيث المشاهدة وأكثر تصديقا عندما يقول صاحب البرنامج الناجح

(1) www.extra.com. 12/03/2012.

Brian Kilmeade، برنامج Fox & Friends الذي يبث صباحا عندما قال: ما ذا عسى أن نقول لوطن وضعنا في المرتبة الأولى (2003/03/25).

إن قناة Fox News هي رقم 01 في القنوات الإخبارية الكابلية التي تقدم الأخبار على مدار 24/24 ساعة حيث تصل إلى 5/4 من البيوت الأمريكية يحمل تلفزيونا فهي في الريادة إلى حد الآن بدون منازع. فمثلا برنامج The O. Reilly Factore هو أحسن البرامج إلى حد الساعة بترسانة من المشاهدين تقدر بـ 02 مليون ليلا حسب جريدة 2003/12/05 Daily Variety، وكذلك برنامج Special Report Wiph Brit Hume الذي يصل عدد مشاهديه إلى مليون وهو برنامج إخباري. وعلى هذا فإن قناة فاكس هي البديل الإخباري لكل الأمريكيين عندما ما يصرح رئيسها آليس روفر لجريدة 2001/06/24 News York Times يقول: " عندما ينظر إلينا بأن محافظين، إنها الحقيقة لأن الناس الآخرين كانوا يسارين⁽¹⁾

إرتفاع عدد المشاهدين السياسيين.

بناء على الدراسة التي قام بها مركز بيو للدراسات الإعلامية Pew Res earch Center For The People& The Press سنة 2004 فإن عدد المشاهدين لقناة فاكس نيوز Fox News قد إزداد، بل تضاعف منذ سنة 2000 خاصة عند المشاهدين الذي يشاهدون قناة فاكس بإعتياد حيث يتقل عدد المشاهدين بنسبة 17% إلى 25% وإكتسحت قناة فاكس نيوز، كلا الجمهور الديمقراطي والجمهور على حد سواء، كما يصف غالبية مشاهدي قناة فاكس نيوز يصفون أنفسهم على أنهم محافظين سياسيا ودينيا أي نسبة 52% حيث كانت نسبة المحافظين تقدر بـ 40% منذ أربعة سنوات ، كما أتيت هذه الدراسات أن مصداقية الصحافة الأمريكية وخاصة Fox و CNN توزعت على الإيديولوجية التي لعبت دورا مهما وكذلك التحزب بين الجمهوري والديمقراطي والنصف من باقي الحزبين منقسم بين وسائل الإعلام الأمريكية الأخرى التي يعتقد فيها بأنها أكثر مصداقية وهي شبكة ABC News و CBS News و NPR، PBS News في برنامج News Hour مع Jim Leherer و جريدة New York Times و مجلة News Week، وكذا مجلة Time و Us News وكذا برنامج World Report.

وبقيت القيمة الإعلامية لقناة فاكس ثابتة عند المتحزبين. وأقرت الدراسة بأن غالبية المبحوثين يصدقون كل ما يسمعون على قناة Fox، كما أنها هي الإسم أكثر صدقا في الأخبار من طرف الجمهوريين، وأيضا من الأسماء الأكثر صدقا عند الديمقراطيين .

(1) <http://www.fair.org>.13/03/2012

والجدول (1) يبين المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها المشاهدين لإشفاء غليلهم من الأخبار.

Partisans Using Diffrent Sources				
المؤشر	د	ج	الإجمالي	نسبة المشاهدة الإعتدادية
%	%	%	%	
22	21	35	25	Fox News Channel
22	28	19	22	CNN
12	12	10	11	MSNBC
09	12	09	10	CNBC
19	18	15	17	NBC Night News
17	19	13	16	CBS Evening News
12	20	15	16	ABC World News
17	19	13	16	NPR
5	5	4	05	News hour
03	03	16	08	O.Reilly Factor
4	02	14	06	Rush Limbaugh
03	06	05	05	Larry King
03	03	03	03	Daily Show
الجدول رقم 1: أهم البرامج ونسبة المشاهدة				

وأجرى كذلك مركز Pew للدراسات الإعلامية و بين أن العامل النضال الحزبي والإيديولوجية في تحديد طبيعة المشاهدة وتمثيل رغبات المشاهد كان ذلك سنة 2000 ما بين 19 أبريل إلى 12 ماي واختيرت العينة من (3000) شاب، من مختلف الأعمار، كان الإستجواب حول برامج كل من Ruch Limbangli في برنامجها الإذاعي وكذا Bill O.Reilly على قناة فاكس نيوز وأوضحت النتيجة أن كلا البرنامجين قد إكتسحا عقول المشاهدين من المحافظين والجمهوريين، على غرار البرامج الأخرى الليبرالية NPR و The News Hour وبعض المجلات ك: News Yorker.

الإسم الأكثر تحيزا في الأخبار.

"أتحدى أي إنسان يرى التحيز في قناة فاكس نيوز"

هكذا قال روبرت مردوخ لمجلة (Salon 2001/03/01) أما في إنتخابات الرئاسية 2001 وقبلها بسنة صرح رئيس الحزب الجمهور "Rich Bond" صرح بأن إتهامات الحزب الجمهوري المتعدد حول تحيز الميديا الليبرالية يبقى جزءا من إستراتيجية الحزب (الوشنطن بوست 1992/08/20 Washington Post). وفي سنة 1996 عندما انطلقت قناة Fox نيوز تلقت مدح مبالغ فيه من طرف الكثير من الناشطين من المجتمع المدني، لكن مع إعادة العد اليدوي لنتائج الإنتخابات الرئاسية في ولاية فلوريدا كانت القناة هي أولى القنوات التي تعلن الفوز لصالح بوش الأصغر (2000). كما كتبت جريدة الواشنطن بوست 2001/05/07 بأن بوش الأب (الرئيس الأمريكي الأسبق) بمناسبة العيد الخامس لإنطلاق القناة أهدى شريط يظهر فيه يمجّد الصحافة، شبه "توني سنو" الذي استغل كاتب الخطابات للرئيس، بث الشريط في برنامجه (The Morning Show). وحذرت مؤسسة حماية التراث اليميني من هذه الظاهرة بإعتبارها تسمى "Phink Tank". فعند مجيء قناة Fox News كان على المحافظين العمل أن يعملوا بكل راحة لأن القناة وقفت إلى جانبهم التي اعتبروها بمثابة زيادة الزيت إلى المحرك لتعمل أكثر إنها قناة حزبية نضالية بإمتياز مثلا ما جعلت جريدة الواشنطن بوست، والوالت ستريت جورنال Washnyeon Post Ard Wellstreet Journal .

بالرغم من الشعارات التي تبثها مثل شعار Fair And Palanced و عدل ومساواة وكذا شعار: "نحن نخبر وأنتم تقرر" "We Report And You Decide".

وأعدت القناة بأنها القناة الوحيدة الحيادية لكن بالنظر إلى مؤسسها ونضاله العريض في الحزب الجمهوري، وكذا من موقع عمله كمستشار إعلامي في إدارة الرئيس الأمريكي السابق نيكسون والرئيس الأمريكي السابق رونالد ريغان وكذا إشرافه على الإستراتيجية الإعلامية في إنتخابات الرئاسة للرئيس بوش الأكبر سنة 1988 لدليل أخرى على إتجاه القناة (مجلة تاي Time 1988/08/22)

وبناء على فريق "Fair" فإن بصمات أليس روفر ظاهرة في كل البرامج القناة وحتى بقية البرامج الإذاعية. كذلك بالنسبة لنجم البرامج اليومية "David Asman" الذي ظل يناضل ويكتب في جريدة The Wall Steet Journal يكتب لصالح اليمين وخاصة حول معهد ماختان المحافظ.

أما Eric Bremdel الذي كان يكتب عمودا خاصا حول اليمين في جريدة نيويورك بوست New York Post والذي اشتغل نائب رئيس الشركة الأم لقناة فاكس نيوز News Corporation إلى أن توفي سنة 1998 وكذلك الشأن بالنسبة John Noody الذي كان صحفيا عرف بولائه الشديد لليمين وذلك عن طريق آرائه المحافظة والمتشددة.

أما الصحفي والمناجير والمحرر برت هيوم Brit Hume الذي ظل الوجه الساطع والمساهم الكبير في مجلتي American Spectator و Weekly Standard هاتان المجلتان تعرفان بأتهما محافظتان.

أما صاحب أشهر برنامج في أمريكا وكذا قناة فاكس فهو Bill O. Reilly الذي كان يكتب العمود طوال حياة المهنية لمجلة World net Daily.Com المحافظة ويسجل اسمه رسميا في الحزب الجمهوري أين نشرت جريدة Washington قصة كاملة حول تسجيله رسميا في الحزب الجمهوري في العدد الصادر 2000/12/13.

كما إعترف الصحفي Andrew Kirtzman الذي يشتغل مع مؤسسة New York City Cabele News إعترف بأنه عندما عمل مقابلة للتوظيف مع قناة فاكس نيوز سأله الطاقم المستجوب عن إنتمائه الحزبي وقال كانوا خائفين من الإنتماء الحزبي لأنني كنت من الحزب الديمقراطي جريدة Village Voiee 1996/10/15 وعندما رفض Kirtzman الكشف عن هويته في الأول ألغيت المقابلة حسب الجريدة Village Voiee.

أما "Catherine Crier" الذي عرف بالمصادقية كان قاضيا جمهوريا بإمتياز قبل الإلتحاق بالقناة. أما الصحفية Punditmara التي نالت الثقة الكبيرة برنامجها الهوائي فقد استدعيت من طرف مكتب المحافظين لحقوق الإنسان "Freedomhouse" حسب ما كتبت مجلة New York Magazine 1997/11/17. كما أقسمت لرئيس القناة أليس روفر: بأنها كانت متخرجة من حزب الجمهوري قبل أن تلتحق بالقناة.

وحسب سير الآراء الذي أجرته مؤسسة Opinion Dynamics في شهر ماي 2000 سألت القناة سؤال من الأكثر خطا في تزوير بطاقات الإنتمان كليتون أم ألقور؟ في إستهزاء منها بالحزب الديمقراطي. أما نجم قناة فاكس نيوز "Brit Hume" دائما يستضيف ثلاثة شخصيات ثابتة للتعليق على الإختيار أهمها "Fred Barnes" وهو كبير الشخصيات المسيحية الإنجليزية ويصدر "Weekly Standard" ويجلس بجانب بریت هيوم أما الضيف الثاني، وهو Mort Kondrake يجلس في الوسط والذي كان ينتمي إلى الحزب الديمقراطي ثم أستقال وإنتمى إلى الحزب الجمهوري الذي صرح سنة 1988 لجريدة New Republic 1988/08/29 بأنه استقال من الحزب الديمقراطي.."

أما الضيفة الثالثة هي Mora Liasson والتي تجلس تعاكس المحافظ "Barnes" وتصف نفسها بأنها من الليبرالين لكنها أكثر محافظة من النساء اللواتي يعملن مع إذاعة National Public Radio ". أما ضيف برنامج Special Report هو المحافظ مراسل Washing Ton Times "Bill Sammon وكذا الصحفي Jeff Bin baum وكذا صاحب برنامج في الإذاعة الوطنية "NPR" السيد Juan Williams وهو قريب من الديمقراطيين، وكان في كثير من الأحيان يتعرض إلى هجوم من طرف زميله على المباشر Clarence Thomas الذي يدعي أن الليبراليين أصبحوا مدارين من طرف الجمهوريين 1991/10/10 Washinyton Post.

أما البرنامج الساخن والذي يشبه برنامج Crosfire الذي كان يث عن قناة CNN وهو متوقف منذ 2003، وكذا برنامج الإتجاه المعاكس على قناة الجزيرة، وهو برنامج يتقاسمه كل من المحافظ Hannit & Comlmes لكن في نهاية الحصة يعطي دائما الحق فيه لليمين على حد تعبير مؤسسة "Fair" إنه يشبه لعبة تماما لأن نوع الأسئلة مفصول فيه مسبقا.

على اليمين يجلس هانتي Hannit وهو صاحب البرنامج تقريبا يحظي بعناية خاصة من طرف إدارة القناة، مساهم كبير في مجموعة "Corp" وهو من نوع "Telegmic Ideologie" ويقدم برنامج إذاعي يميني محافظ، وعندما يخاطب الجماهير خاصة في إجتماعات الحزب الجمهوري يصفق له الجميع حسب الجريدة V.S News وكذا 2001/05/07 World Report.

أما على الجهة اليسرى يجلس اليساري Alan Colines هو شخصية مرحة يدير برنامج إذاعي كذلك لكنه يظهر دائما في صورة تعبان جدا ويغيب على الشاشة ليظهر Hannity الذي يعتبر الأب الروحي للمحافظين ويحظى بعناية خاصة إلتحق بالقناة سنة 1996.

كما اهتمت قناة فاكس نيوز بالسياسة الخارجية، وخصصت برنامج خاص بالجنود الأمريكي خارج الوطن يسمى البرنامج بالأبطال "heros" الذي تقدمه Newt Gingrich، وأحيانا من طرف السيناتور السابق عن الحزب الجمهوري John Kasich أما في سنة 1999. إستحدث برنامجا جديدا سمي بـ Real

Reagan الذي ينشطه الصحفي Tany snow يستضيف فيه ستة ضيوف كلهم أصدقاء الرئيس الأمريكي السابق ريغان.

أما الأجندة التي جاءت بها القناة وهي ، يجب على المستخدمين من الصحفيين أن يصنعوا الأخبار " على حد تعبير "John Moody" In Side Media " 1996/12/12.

إننا نتنازل عن قصص أو أخبار لصالح أخبار نصنعها لأنها في غاية الأهمية ومميزة.

وعلى هذا فإن المنتج السابق "Don Dahler" في قناة CBS قد إستقال من قناة فاكس نيوز لأن "John Moody" أمره بتغيير الخبر والتلاعب في الأرقام الإحصائية الخاصة بالسود، سميت بالتلاعب الإجتماعي، الخبر قاده عدم التقدم لدى فئات السود ويرد مودي ذلك بأنه تعبير صحفي 1997/11/17 New York وحسب مجلة Columbia Journalism Reviews الصادرة 1998/08/04 فإن كل الصحفيين السابقين مع فاكس يشكون مع إدخال أصابع إدارة فاكس في الصحفيين لتزوير القصص نحو التيار اليميني، في شكل طهي الأخبار، وجعلها لصالح الجمهوريين.

وكنتيجة لذلك خصص البرنامج الشهير Special Report With Brit Hume الذي خصص ساعة كاملة لفضحه الرئيس كلينتون مع مونيكا لويسكي سنة 1998 وعلى هذا فإن قناة فاكس أسست لهدفين رئيسيين هما الحزب الجمهوري، والنزعة المحافظة التي مهدت إلى ظهور جماعة الهيمنة الكونية والمحافظين الجدد⁽¹⁾.

(1) Fair Extra July /Awyr 2001 bx : Seph Ackrman.

المبحث الثالث: أثر قناة فاكس نيوز في صناعة العقيدة الأمريكية

إنطلقت هذه الدراسة في أوت سنة 2006 من طرف الباحثان Stefano Della Vigna من جامعة بركلي كليفورنيا، والأستاذ Lies EPhan من ستوكهلم، حيث إنطلاق الباحثان من سؤال جوهرى هو هل للميديا أنحياز يستطيع أن يؤثر في إقناع الناخبين نحو التوجه إلى تيار أو عقيدة أخرى وأخذت عينة البحث منذ سنة 1996 إلى غاية سنة 2000 أي 1996 هي بداية الإنطلاق لقناة فاكس في سوق الكابل وسنة 2000 هي الإنتخابات الرئاسية التي فاز بها بوش الأصغر في هذه الفترة كانت القناة متواجدة سببة 20% من المدن الأمريكية، وأخذت عينة تقدر بـ 256,9 مدينة وخصت الدراسة إذا كانت كان في هذه المدن هل كانت تأثير Fox على إقناع الناس.

حيث توصل الباحثان إلى نتيجة مفادها أن نسبة الإقناع والتحول لدى الجمهوريين صعد من 0,4% إلى 0,7% أي في المدن التي تبث فيها قناة فاكس نيوز كما كان لقناة فاكس نيوز تأثير في رفع نسبة مقاعد مجلس الشيوخ بغض النظر إن كان للقناة التأثير الدائم أو المؤقت⁽¹⁾

وتفحص الباحثان الدراسات السابقة التي علاقة بالتأثير في السلوك لإنتخابي، والعقائدي كالدراسة التي قام بها كل Kreps و Bray 1987 والتي تؤكد على أن الناخبين لا تؤثر فيها الأخبار لأن الناخب مقتنع مسبقا. و كذا نظريات البديل السلوكي De Marzo و Vayanos و Zwiebel 2003 ونظرية الإطلاع المعرفي (Lakoff 1987)، والتي ينطلق من أن الناخبين هم الموضوع الأساسي للسيول الإعلامي وعلى هذا الأساس يبين بأن للميديا تأثير ليس على السياسة وحدها وإنما حتى في صناعة العقيدة الجديدة.

ظهر ذلك بوضوح عندما دخلت قناة فاكس نيوز إلى سوق الإعلام الكابلي مع الأخذ بعين الإعتبار المدة القصيرة التي قضت القناة منذ الإنطلاقة 1996-2000، وكذلك السرعة الفائقة في الإشهار للقناة، أي في ظرف وجيز إستطاعت أن تحصد 17,3% من سكان الولايات المتحدة و 20% من المدن، في جوان 2000 طبقا لمركز (Scarborough Regech Data)، للعلم أن المبدأ التي إنطلقت منه فاكس نيوز هو أن الإعلام الأمريكي في غالبته ليبرالي الإنحياز وأن فاكس جاءت لتكون هي مركز الإعلام تحت شعار توازن وعدل لكن أثرها ظهر بالغ الأهمية في إنتخابات 2000، بعد ما كانت القناة متواجدة سنة 35% من السكان كانت نسبة التأثير تتراوح ما بين 0,15 إلى 0,2% 200,000 صوت عبر المعمورة الأمريكية، كما دفعت نسبة المشاركة لدى الجمهوريين من 0,4% إلى 0,7% ما بين 1996 - 2000، وذلك مقارنة عندما خصت تأثير الميديا في السنوات الماضية 1992-1996 و 1988-1992 عندما لم تكن قناة فاكس.

وظهرت القناة أقل تأثير في المدن التي يوجد بها نظام الكابل، وذلك في إطار المنافسة الشرسة للشركات الإعلامية Mullaina phan و Sheifer 2005.

(1) Stefano Dellavigna and Ephan Lies : The Fox Newx Effect : Media Bais Voting, UC Berkely University 2006.

بمعنى أن تأثير Fox كان ضئيل في المدن الريفية وفي الدوائر الانتخابية لإنتخاب مجلس الشيوخ أي الدوائر والتي بكثير فيها الجمهوريين، لأن نسبة الإقناع كانت أقل.

وفحص الباحثان المناطق التي أثرت فيها قناة فاكس ولم تغطيها أكثر، وهنا هل الاعتقاد أو المعتقد الديني يلعب دور دون الرجوع إلى عملية الإقناع؟

حيث وجد الباحثان بأن قناة فاكس رفعت نسبة الإقناع والتوجه حتى في الإنتخابات النيابية ومجلس الشيوخ وذلك نسبة 0,7% صوت، وهنا ظهر جليا التوظيف الإيديولوجي للقناة في الانتخابات الرئاسية ومجلس الشيوخ، وتعتبر خطوط الاتجاه لدى الناخبين الديمقراطيين وقدر النسبة الإقناعية عند غير الجمهوريين ما بين 3 إلى 8% من المشاهدين.

أخذ بعين الإعتبار الإنطلاقة المتأخرة للقناة 1996 أكتوبر وكذا المشاكل التي واجهتها القناة من جراء الرفض الذي تعرضت له من طرف الشركات المزودة بنظام الكابل، وكانت أول شركة أمضت معها الإتفاقية هي شركة (TCI)، وفي نهاية نوفمبر 2000. وفي نهاية نوفمبر 2000 أمضت إتفاقية ثانية مع الشركة العملاقة للإتصالات (AT & T) وبهذا كان حضورالقناة في 1999 23,5% من بين 1,955 مدينة أمريكية، كما أمضت القناة إتفاقية ثالثة مع شركة الكابل Adelphia Communication .

كما استطاعت القناة جذب إنتباه ومشاهدة أكثر من طرف الأفرقة الموجودين بالولايات المتحدة، توظيفا لصالح الجمهوريين بدون شك، وأظهرت الدراسة كذلك بأن الأسباب هم الأقل مشاهدة للقناة .

أما كبار السن هم الطبقة الأكثر مشاهدة خاصة عند الذكور، ويشاهدون الأمور السياسية أكثر، كما أن 37,5% من جمهور ومشاهدي القناة (Fox) يعرفون أنفسهم بأنهم جمهوريين، و 29,4% من المبحوثي أي جمهور القناة يعرفون أنفسهم أنهم ديمقراطيون والباقي غير معروفين(1).

ويعرف 26,2% أنفسهم على أنهم جمهوريين ولكن هم من ليس من جمهور Fox و 32,3 يعرفون أنفسهم أنهم ديمقراطيين.

حيث ذكرت السيدة هيلاري كلينتون وزير الخارجية السابقة، ذكرت 99 مرة في برنامج Bill O. Reilly Factor مع منافسها عن الحزب الجمهوري Rickrazio أما بقيت المتنافسين في مجلس الشيوخ ذكر 73 مرة في نفس البرنامج وعلى برنامج "هاتي وكالمبس Hanniy & Colms لسنة 2000.

وتبين الدراسة بأن هناك دراسة أخرى قام كل من Kull and all سنة 2000 بأن 33% من مشاهدي Fox News قانعون بأن العراق يملك أسلحة الدمار الشامل(WMD) .

ولعبت قناة فاكس نيوز دورا مهما في الإنتخابات الرئاسية الأمريكية التي فاز بها الرئيس بوش الأصغر وأعلنت النتائج في ولاية فلوريدا التي كان يحكمها آنذاك جيب بوش الأخ الشقيق للرئيس بوش وعند إعادة الفرز

(1) في سنة 2000 كان هناك 14,458000 بيت أمريكي مشترك في خدمة الأقمار الصناعية الساتل، ومليونين يلتقون Fox News .

- هذه المعلومات مصدرها <http://www.sbca.comindex.asp>

اليديوي، أعلنت قناة فاكس نيوز فوز بوش قبل نهاية العد جاء ذلك الإعلان على الساعة الثانية صباحا على لسان الصحفي المحافظ اليميني "Prit Hume."

وفي 4 ماي 2006 كتب الصحفي Richard Morin في جريدة الواشنطن بوست مقالا بعنوان: هل يعترف بوش بدينه لقناة فاكس نيوز الإنتخابات 2000 جاء هذا المقال مباشرة بعد صدور هذه الدراسة التي تناولتها سالفا.

لأن الدراسة تبين أن القناة أضافت 100,000 صوت لصالح الجمهوريين في ولاية فلوريدا وحدها، وهذا عمل عظيم قامت به القناة لصالح الجمهوريين⁽¹⁾

بالإضافة إلى الكتاب الديني الذي صدر في 2005 تحت عنوان Out Faxed والذي تحول إلى فيلم في غاية الأهمية، حيث يتبين كيف أعلن روبرت مردوخ الحرب على الصحافة الحرة المستقلة ذات الرسالة النبيلة، وهي أن قناة فاكس أوكلت لها مهمة من طرف جماعة المهيمنة الكونية أي المحافظين الجدد في مراقبة ومتابعة ما يشاهدونه الناس، والضغط على الجميع حتى يتحول إلى أداة في أيدي من يصنعون الإعلام، وبهذه الآلة يمكن أن نضعها في أي مكان وتستخدمها في أي وقت نشاء من طرف شخص واحد وعلى هذا ذكرتها في محاضرة ألقيت في مركز الدراسات الإستراتيجية والأمنية (CRSS) الجزائر سنة 2012 بأن هناك 118 شخص في أمريكا يسرون الميديا عبر العالم.

كما تكلم من Jeff Cohen عن مؤسسة "Fair" Bab Mc Cheseny عن مؤسس Free Press وChellie Pinglee عن مركز Commoncause وكذا Jeff Cohen عن مركز الديمقراطية الرقمية وكذا David Brock عن مركز Media Matters، إشتراك هؤلاء على لأي مفاده بأن قناة فاكس تضلل الجميع والفرد في غسل العقول ثم استصدار الأحكام⁽²⁾. والقرارات وذلك عن طريق فبركة القصص الإخبارية، مع العلم أن هؤلاء المذكورين هم من قدماء قناة فاكس نيوز Fox News، وكلهم يؤكدون من معيار إختيار القصص الإخبارية أن يجبر الصحفي على صناعة الخبر يظهر فيه الحق للتيار اليميني المحافظ وذلك عن طريق إستدعاء ضيوف من هذا النوع وإعطاء آراء تصب في هذا الإتجاه وإلا يتعرض الصحفي إلى الضغط حتى يستقيل.

ويقول أحدهم: ما معنى للحياة الصحفية ما دام هناك خطوط يجب على صحفي أن لا يتخطى أو يعبر هذه الخطوط.

(1) <http://www.washmgtonpost.com/w.dyn/contentarticle03/05/2003>.

(2) ملاحظة : تطرقت قناة فاكس نيوز لقضية التحسس عن المكالمات الهاتفية للشركة الأم نيوز كورب News Corp، تطرقت إليها أقل من CNN وMSNBC وذلك بـ 37 مرة فقط، كتب David Bauder عن A p جويلية 2011 عن موقع Boston . Com

وزاد الإشهار من التدفق المالي على القناة لنشر في كل أنحاء العالم كما سلف الذكر. مما جعل بعض من الليبراليين أي الصحفيين الليبراليين بالمناداة بمقاطعة القناة عن طريق الإشهار أي هو نداء للمعلنين حتى لا تتقوى القناة أكثر⁽¹⁾

فاكس تتربع على عرش نظام الكابل لسنة 2012.

لقد عاد جمهور نظام الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 2011 بعدما تقلص في سنة 2010 ولكل قناة على حدا، وبالاعتماد على قياس نقل المشاهدة لكل قناة الذي يعتمد عليه مركز ييو pew للأبحاث الإعلامية والصحفية واعتماده على عدد من الخبراء في ميدان الإعلام ، الذين تطرقوا إلى جمع المعلومات الكافية حول مشاهدة القنوات الثلاثة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكية وهي كالاتي قناة CNN وقناة Fox News وقناة MSNBC، هذه القنوات التي بلغت فيها نسبة المشاهدة الذروة سنة 2011 والتي قدرت بـ 33 مليون .

إلا أن متتبعي الشأن الإعلامي الأمريكي أمثال Jesse Hocomب^(*) وكذا Amy Mifchell فإن وصول هذه القنوات إلى هذه القيمة تبقى غير كافية بالمقارنة لسنتي 2008، و2009 ، لأن هذا النمو جاء بعد سنتين من السقوط و الأمر الثاني هو ما يعرف بأحداث الربيع العربي وكذا قتل أسامة بن لادن وكذاو الزلزال الذي هز اليابان وتدايعيات التسرب النووي .

هذه الأحداث المتميزة كانت وراء رفع نسبة المشاهدة عند قنوات نظام الكابل إضافة إلى الأزمة الاقتصادية الأوروبية، وإختيار الأسواق المالية لها كانت عوامل مساهمة في رفع نسبة المشاهدة.

للعلم أن كل القنوات عرفت انخفاضا في نسبة المشاهدة، ماعدا قناة FOX CNN التي بلغ فيها متوسط المشاهدة 16% في 654,500 و أما قناة MSNBC والتي احتلت المرتبة الثانية في نسبة المشاهدة خلال سنتين على التوالي 2010-2011 وقدرت نسبة المشاهدة 3% من 773,000 أما قناة Fox News فكانت في المرتبة الأولى 3% من 1,9 مليون، اشتركت كل من قناة HLN و CNN 11% في وقت الذروة من 385,500 مشاهد.

ونلاحظ نسبة المشاهدة في قناة HLN بدأت منذ سنة 2005 وهي السنة التي أخذت فيها القناة نظام الكابل، وإرتفعت فيها نسبة المشاهدة بـ 12% من 486000 مشاهد ويعود الفضل في ذلك إلى التغطية المستمرة لحاكمة قتل Caséyanphony.

كما التغطية الهامة لزلزال اليابان وأحداث ليبيا وقتل أسامة بن لادن أعطى قيمة إخبارية لقناة CNN في الأشهر الأولى من 2011 وأما قناة SMPC بدأت تعاني أكثر من نقص نسبة المشاهدة وخاصة على برنامج

(1) David Bauder Assiciation Press 28 July 2007 Boston.com

(*) باحثان في مركز pew للأبحاث الإعلامية

www.pewcentreforexlencejoumacisme.com

Keiph Olbermann عندما بدأت الأزمة العالمية المالية تبدد من العناوين الرئيسية، كذلك الشأن لـ CNN التي بدأت تفقد قيمتها الإعلامية في السوق، وصل عدد مشاهديها في وقت الذروة مارس 2011 إلى 1,1 مليون وفي شهر أبريل إلى غاية ديسمبر من 2011 وصل متوسط الذروة أو الريم تايم للمشاهدة إلى 636,000 م أي إرتفع بـ 13% من فترة 2010.

كما نلاحظ في إرتفاع نسبة المشاهدة في اليوم في 1% و 1,9 مليون إلى 62 من 20 مليون مشاهد لكل القنوات المذكورة .

ووفقا لنظام متوسط المشاهدة Media Viewship فإن قناة فاكس خسرت بعض ذلك، على غرار قناة MSNBC التي إرتفعت نسبة المشاهدة فيها 20% في اليوم أي بمتوسط يقدر 385,500 مشاهد و CNN 5% 474,000 وقناة فاكس 2% 1,1 مليون وقناة HLN نزلت إلى 850,000 .

وبالإعتماد على Cumulative View Ship⁽¹⁾ فإن قناة CNN مازالت تحتل الريادة في هذا الإطار في سنة 2011 بـ 99,4 مليون جاءت قناة Fox في المرتبة الثانية بـ 82,8 مليون ثم جاءت قناة MSNBC بـ 80,7 مليون أي أن قناة CNN هي الوحيدة التي جاءت المشاهدة أكثر تراكمية عالية أما قناة HLN لم تتوفر لدينا المعلومات عنها.

لكن على العموم فإن قناة Fox هي الأولى من حيث المشاهدة لكل البرامج وقت الذروة خاصة على الساعة 08 pm أي الثامنة مساء.

فتمثلا برنامج The O. Reilly Factor مازال يحتل المراتب الأولى على القنوات ذات النظام الكابلي، وتراجعت نسبة المشاهدة قليلا بالنسبة للقناة ككل لكن ليس بالأمر المخيف حتى عند قناة MSNBC وهذا راجع إلى طبيعة الأخبار التي تبثها للقنوات

واستطاعت قناة CNN أن ترفع من عدد مشاهديها عند الساعة 9.00 مساء وذلك خلال البرامج الحوارية كبرنامج الحوار الذي ينشطه Piers Morgan الذي حل محل Larryking Live.

واستبدلت قناة HLN كذلك برنامجها الحوار (The Joy behar Show) استبدلت برنامج الدكتور Drew pinsky ، حيث أخرج برنامج behar إلى الساعة 10 pm مساء تم ألغى. وبالرغم أن المعلومات المستقاة من مركز الأبحاث لأثر الميديا الأمريكية والمعروف بالـ Nipsen حيث تؤكد على أن نسبة المشاهدة إرتفعت في سنة 2011 بـ 1% لأن مصادر أخرى تؤكد بأن توجه المشاهدين نحو القنوات المحلية جعل نسبة المشاهدة تقل عند القنوات المعروفة خاصة وقت المساء 10 مساء و 11 مساء

(1) تعرف المشاهدة التراكمية أي عدد الأفراد الذين يشاهدون في الدقيقة الواحدة خلال فترة كالأسبوع أو الشهر أي كم عدد المشاهدين للبرنامج في أي وقت الذروة

المبحث الرابع: القوة المالية لـ Fox News واستثماراتها خارج الحدود.

لقد إرتفعت مداخيل قناة فاكس نيوز Fox News مع بداية 2011 نسبة قدرت بـ 12% ⁽¹⁾ على غرار CNN و HLN التي قدر نموها بـ 611%

للعلم فإن قناة فاكس نيوز تحصلت على المراتب الأولى في عائدات الإشهار منذ سنة 2009، إلا أن سنة 2011 هي سنة إزدهار مداخلها أين قدرت نمو مداخلها بـ 9% مقارنة بـ CNN و HLN حيث قدرت نمو دخلها بـ 7% أما قناة MSNBC فقد قدر نمو دخلها بـ 8% .

وتعتبر سنة 2009 هي بداية النهوض الإقتصادي وإرتفاع المداخيل منذ سنة 2004 التي عرفت فيها انكماش في مداخيل القنوات التي تشتغل على نظام الكابل، ويؤكد خبراء إقتصاد الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية على أن عائدات الشركات الضخمة ستعرف إرتفاعا قويا في السنوات القادمة.

ويرجع سبب إرتفاع مداخيل قناة فاكس نيوز على الخصوص وباقي القنوات على العموم إلى الأسباب

التالية :

أولا: إرتفاع سعر الإشهار في الثانية، وكذا الدقيقة و30 ثانية، أما الأمر الثاني وهو عائدات منح التراخيص حيث تمنح قناة فاكس نيوز تراخيص للشركات المحلية لكي تعيد بث البرامج وتحمل إشارة مقابل أثمان باهضة. وتسمى بعائدات المشتركين، بحيث تقدم الشركة المحلية نصف عائداتها إلى شركة Fox News الأم، وتصل عائدات الإشهار إلى 43% و54% من المشتركين وحوالي 63% من المداخيل الأخرى ⁽¹⁾ ويتوقع الخبراء إلى زيادة نمو مداخيل الإشهار عند قناة فاكس نيوز في السنوات القادمة إلى 7%

ويتدفق الإشهار على قناة فاكس نيوز بكثرة ويزدحم شارعها بالمعلنين نظرا لإرتفاع نسبة مشاهديها والقاعدة العريضة من الجمهور التي تمتلكها القناة، حيث يقاس عدد المشاهدين وعلاقته بالإشهار بما يعرف بـ « Cost Per Mille » (cpm) وهي مترجمة من اللغة اللاتينية وتعني التكلفة بألف مشاهد Cost Perc

Ihauandsv وتحتل قناة Fox المرتبة الأولى من حيث نظام الكابل أي قبل CNN و HLN وكذا

MSNBC والترتيب الجدول التالي يبين ذلك.

(1) WWW.SNLKAGAN.COM

(1) WWW.SNLKAGANADIVISIONOFSNLFANACIAL.LLC.

Channel	Cpm(s)
Espn	15,63
Gol f channel	11,56
MTV	11,38
Bravo	10,82
Commedy central	7,85
TLC	6,18
WeaPher	4,98
Life Time	4,85
EI	4,59
Fox News	4,23
MSNBC	3,95
Cnn IHIN	2,58

• Cost per Thousands Viewers for 30 Seconds ad (2010)

ووسعت قناة Fox إستثمارها من حيث منح التراخيص للشركات المحلية من أجل حمل شهورها أكثر من CNN و HLN مما ساهم في إرتفاع عائدتها ب 11% خلال سنة 2011 حيث تجاوزت CNN و MSNBS ب 5% .

لقد استثمرت قناة فاكس نيوز كثيرا خارج الحدود خاصة سنة 2011 على غرار السنوات الماضية، وهنا قد تجاوزت كل القنوات المنافسة لها مثل CNN التي قلصت من مكاتبها خارج الولايات المتحدة الأمريكية، كما سرحت كثيرا من العمال وبيعها قناة HLN وسارت على نفس الإتجاه قناة MSNBC، وحسب SNL Kayan فإن قناة فاكس نيوز Fox خصصت ميزانية جديدة أي نسبة 7% من الميزانية القديمة لتدعيم الإستثمارات الجديدة، وتمثل المصاريف عادة على البرامج المقدمة وكذا بما يسمى (SG XA) وهي Silling Administrative Expasnses general وبعض المصاريف الأخرى، لأن ما يؤخذ على القنوات الأخرى كـ CNN و HLN تضاعف مصاريفها على جمع الأخبار، وذلك عن طريق الزيادة في عدد المراسلين وفتح مكاتب عبر العالم وتسمي هذه العملية البنية التحتية لتجميع الأخبار.

لقد صرفت قناة CNN مع بداية 2011 389 مليون دولار الأمريكي أي 310 مليون على البرامج⁽¹⁾. أما قناة Fox فقد صرفت 535 مليون دولار على البرامج أما قناة MSNBC فقد صرفت 174 مليون دولار وعلى العموم فإن أكبر ميزانية في قناة Fox مخصصة للإدارة أي 73% للإدارة 27% للبرامج، أما قناة MSNBC تصرف 78% على البرامج و 22% على الإدارة أما CNN و HLN خصصت 44% على البرامج و 56% الإدارة وعلى العموم فإن CNN تملك ترسانة من العمال يتجاوز العدد 4,000 عامل بعدما صرحت ما يريومن 50 عامل في نوفمبر 2011.

(1) Stelter, Brian : Fox Busines Makes Over Its Prime Tims Lineul Phe Neuis York Tinis. Feb 09,2012

وتملك قناة فاكس نيوز Fox News 1272 عامل⁽¹⁾ حسب ما صرح به موظف Fox إلى «PEJ» وفي شهر فيفري 2011، أما قناة MSNBC تستعمل أحيانا مكاتب قناة NBC News. وفي تقديرات قناة Fox فإنها لن ترفع في عدد المكاتب خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وتبقي قناة CNN تملك أكثر المكاتب من قناة Fox و MSNBC والجدول الآتي يبين عدد المكاتب في الداخل والخارج لكل قناة.

CNN (15)	Fox (11)	MSNBC
- أتلانتا (م ع)	- أتلانتا	- أتلانتا
- بوسطن	- بوسطن	- بيويانك
- شيكاغو	- شيكاغو	- شيكاغو
- دلاس	- دلاس	- دلاس
- دانفر	- دانفر	- نيويورك (م.ع)
- لوس أنجلس	- لوس أنجلس	- ميامي
- ميامي	- ميامي	- واشنطن
- مبنى بوليس	- نيويورك (م.ع)	//
- نيو أورليس	- سان فرانسيسكو	//
- نيويورك	- سياتل	//
- أولارندو	- واشنطن	//
- سان فرانسكو	//	//
- سياتل	//	//
- واشنطن	//	//

المكاتب المتواجدة داخل الولايات المتحدة الأمريكية 2011

MSNBC	Fox News	CNN
1- بغداد	1- بغداد	1- أبو ظبي
2- بانكوك	2- إسلام باد	2- عمان
3- بكين	3- القدس	3- بغداد
4- القاهرة	4- كابول	4- بنكوك
5- فرانك فورت	5- لندن	5- بكين
6- هافانا	6- روما	6- بيروت
7- لندن	//	7- برلين
8- إسلام باد	//	8- يونس أيروس
9- كابول	//	9- القاهرة
10- موسكو	//	10- دبي

(1) Unger, Henrx International Neuis Is Grauth Engine For CNN Atlanta Journal – Constitution. Apr, 5.2011.

11- هافانا	//	11- طهران
12- هنكوك	//	12- تل أبيب
13- إسلام باد	//	13- طوكيو
14- إسطنبول	//	//
15- جاكركا	//	//
16- القدس	//	//
17- جوهزبورغ	//	//
18- كابول	//	//
19- لقوس	//	//
20- لندن	//	//
21- مدريد	//	//
22- مكسيكو	//	//
23- موسكو	//	//
24- مومباي	//	//
25- نيروبي	//	//
26- نيودلهي	//	//
27- باريس	//	//
28- روما	//	//
29- سانيافو	//	//
30- ساوباولو	//	//
31- سيول	//	//
32- طوكيو	//	//

مكاتب القنوات خارج الولايات المتحدة الأمريكية

الملكية⁽¹⁾

تعود ملكية قناة Fox News إلى الشركة الأم News Corp التي تملك Fox News Channel و Fox Business Net Work والتي يملكها عملاق الصحافة في العالم مردوخ Rebert Murdock التي حصدت 3% من مداخيل سنة 2011 و 13% من مداخيل كل من Fox News و Fox Business ما بين 2010 و 2011 أي 8,5 مليون دولار أمريكي.

ووصل عدد زائري موقع فاكس نيوز Fox News. Com 25,5 مليون زائر أي إحتلت المرتبة السابعة. أما فاكس الرقمية Fox Digital إحتلت المرتبة السادسة بـ 17,8 مليون أي الخط On line أما الريادة فعادت لـ CNN بـ 34,6 مليون.

(1) Lee, Edmund : Time Warners CNN SDigital Deals To Guin oin Fox : Bloonberg Neuis, dec 20,2011.

وارتفعت عائدات Fox Business بـ 27 % أي 19 مليون دولار أمريكي⁽¹⁾

مردوخ والنظرة إلى المستقبل.

كتب روبرت مردوخ في سنة 2011 رسالة إلى عمال المؤسسة الأم News Corp فإن Fox نيوز الإعلام العالمي والأمريكي على تشريع وهذا راجع إلى جاذبية محتوى ما تجده هذه القنوات التابعة لشركة News Corp.

وقال إلى أليس روفر Roger Ailes إستطاع تكوين فريق في غاية الأهمية استطاع أن تقود عالم نظام الكابل وليس الكابل وحده وإنما في جمع الأنظمة التي تبث عليها قناة Fox News ، إن قناة Fox ستحتفل هذه السنة بالعيد الخامس عشر لقد حققنا الكثير من النجاحات واستطعنا السير النند للند مع القناة العملاق الأمريكية CNBC وأحيانا نتجاوزها بكثير.

إن قناة فاكس نيوز الفرع الرياضي الناطق بالإسبانية حصل على المرتبة الأولى من البرامج أكثر مشاهدة في العالم. وإن فاكس نيوز العالمية Fox International والتي تتكلم بـ 41 لغة موزعة على 144 دولة والمتمثلة أساسا في Fox نيوز أو National Geographic.

وقد حقق فرع Fox في الهند في Star India والتي تعمل عن طريق المشاهدة بالدفع، فقد حققت مداخيل كبيرة من جراء الإشهار المتزايد.

كما تضاعفت مداخيل القناة Fox في أنحاء العالم ليس فقط من الإشهار وإنما من خلال البرامج ذات الرواج الكبير والتي تقدم عن طريق اتفاق بين الشركات المعلنة والقناة، كبرنامج أمريكا American Idol. التي رفعت نسبة المشاهدة إلى 5%.

أما قناة Fox Sport الرياضية فمازالت تحتل المرتبة الأولى على مدى الأربعة سنوات الفائزة على التوالي حيث وصل عدد مشاهدي برامج Super Boul على قناة فاكس الذي أصبح من البرامج الأكثر مشاهدة في الولايات المتحدة الذي وصل عدد مشاهدي إلى 111 مليون مشاهد.

و حسب التقرير السنوي الجبائي الذي قدمته شركة News Corp " نيوز كورب " إلى مديرية الضرائب والجباية الأمريكية " IRS " سنة 2011، فإن عائدات الشركة وصل إلى 33,4 بليون دولار أمريكي مع نهاية سنة 2011 التي عرفت بعام الأزمة العالمية وهي سنة الخير على حدى تعبیر مالك الشركة روبرت مردوخ الذي قال لم نرى هذا النوع من النشاط المالي على الشركة.

حيث توسعت الشركة إلى ألمانيا بإنشاء قناة جديدة تابعة لفاكس نيوز Fox News تسمى " Sky Deutschland " والتي تبث عن طريق الدفع بالمشاهدة.

(1) Television Audience 2010 & 2011 : Nielsen Media Research 2011.

وتضاعف عدد قراء الجرائد الصادرة عن المؤسسة News Corp في الولايات المتحدة الأمريكية وكذا المملكة المتحدة وذلك عن طريق المشتركين الرقميين، وذلك عندما تراجع عدد المشتركين العاديين في الصحافة المكتوبة، تصدرت هذه الجرائد جريدة The Wall Street journal التي تعتبر أحسن جريدة مطبوعة في اللغة الإنجليزية.

كما تبين إرتفاع عدد المشتركين عن طريق المشتركين بوساطة "Ipad".
كما إرتفعت عائدات News Corp عن طريق إرتفاع مبيعات الكتب الإلكترونية والذي يحتل 25% من الكتب الأمريكية كما استمرت الشركة فيما يعرف Fox Mobile و Myspace وكذا إنشاء شركة أخرى في روسيا تسمى Out Door in Russia.

وزادت عائدات نظام الكابل بالنسبة للشركة إلى 14% في السنة 2011 حل هذه العائدات قادمة من وكذا من الشركات التابعة لفاكس في المحطات المحلية وتوسعت أسواق قناة فاكس نيوز إلى أمريكا اللاتينية وآسيا. ولقد حققت شركة نيوز كورب عائدات خيالية في صناعة الفيلم قدرت 475 مليون دولار عبر العالم وهي مداخيل فيلم "RIO" وجاء بعده فيلم x. Men First Class الذي وصلت عائداته إلى 350 مليون دولار أمريكي، ثم فيلم Rise of The Plante Of The Apes ، الذي بلغت عائداته إلى 250 مليون دولار أمريكي.

تنامي التلفزيون النظام المشاهدة بالدفع.

لقد تواصلت نجاحات قناة الفاكس نيوز وكل تلفزيونات التابعة لشركة نيوز كورب والتي تعمل على نظام المشاهدة بالدفع، خاصة عند قناة سكاي الإيطالية SKY Italia والتي تضاعف عدد مشتركها إلى 230,000 ويتوقع أن يصل عدد المشتركين في SKY Italia إلى خمسة مليون سوق وإزداد عدد المشتركين كذلك في ألمانيا في قناة SKY Deuts Chlaid وكذا في الهند التي تتضاعف فيها عدد المشتركين في قناة Star India.

ثروة Fox.

تملك Fox شركة نيوز كورب والتي تشكل من Fox News الإخبارية و Mynet Work Tv وكذا 27 محطة تلفزيونية .

وتعمل Fox على البث المباشر للأخبار أما Mynet Work Tv تقوم بتقديم خدمة التوزيع والبث، وتتنافس Fox News و Mynet Work مع القنوات الأمريكية الكبرى والمثلة أساسا في CBS ABC و NBC وكذا CW.

كما يقوم كذلك Mynet Work بنظام البث المباشر المعروف بالإختيار "DBC" وكذا أعمال أخرى كالفيديو و DVD وألعاب الفيديو وخدمات الأنترنت قصد الوصول إلى أكثر مشاهدة .
ملاحظة : توظف نيوز كورب Neuis Corp 51000 موظف.

تنفرد قناة فاكس Fox News بالسوق في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق القناة المعروفة بـ Fox News وكذا شبكة فاكس Fx Net Work (Fx) Regional Sport Net Work (RSN) وكل قناة The National Geographic وكذا قناة Speed وقناة Big Ten Net Work، أما القناة الفاكس العالمية، فتمثل Fox International Channel (Fx) على توزيع البرامج الترفيهية والرياضية والأفلام وذلك عن طريق قنواتها التلفزيونية الموجودة في أوروبا وإفريقيا، وآسيا وأمريكا اللاتينية ربما تجد الإختلاف في التسمية لكن هناك علامة واحدة كـ Fox Crime و Fox National Geographics و Fox Life.

أما فرعها في الهند والممثل في "Star" فيملك قنوات وتوابع تعمل على توزيع برامج فاكس نيوز وهي تتواجد في كل من الهند والصين وأندونيسيا، وجنوب آسيا، والباكستان، والشرق الأوسط وإفريقيا بالإضافة إلى بريطانيا وأوروبا، وأمريكا الشمالية.

تصرف الشركة (Fox) أموال باهضة على الإنتاج والتوزيع والبرامج والبرمجة، وكذا دفع مستحقات العمال والشركات البائعة للإشهار وكذا دفع مستحقات الكراء لبعض المحلات التي لا تملكها الشركة. واستطاعت (Fox) نيوز إمضاء عدة إتفاقيات مع الفرق الرياضية أي شراء حق البث كمثلا كالرابطة الوطنية لكرة القدم (NFL) National Football وذلك إلى غاية 2014 وكذا أبرمت إتفاقية مع بورصة جمعية السيارات (Nascar).

كما أمضت إتفاقية مع (MLB) Magor League Baseball وذلك إلى غاية 2013. الجدول التالي سيسلط الضوء على عائدات شركة نيوز كورب لنهاية 2011 وطبقا للكشوف المقدمة للسنة الجبائية. (الرقم بالمليون دولار أمريكي)

2011	2010	
\$33,405	\$32,778	- العائدات
\$21,058	\$21,015	-المصاريف
\$6,306	\$6,619	- مصاريف الإدارة
\$1,191	\$1,185	- الإنكماش والتعويض
\$313	\$253	- الأضرار
\$462	\$448	-الربح القادم من الشركات التابعة
\$966	\$991	- فائدة الصرف الصافية
\$126	\$91	- الدخل الصافي
\$4177	\$33,23	- الدخل القادم قبل تطبيق الضريبة
\$1,029	\$679	- الدخل مع الضريبة
\$2,894	\$2644	- الدخل الصافي

لقد تضاعفت عائدات شركة نيوز كورب News Corp بـ 2 % عند 30 جوان 2011 والوقت التي يجب على الشركات أن تقدم كشوفها الجبائية في العائدات ظاهرة للعيان أنها قادمة من الإشهار ومنح التراخيص للشركات التي تحمل إشارة أو اللوقو التابع لقناة فاكس نيوز.

عائدات Fox News من نظام البث المباشر.

لقد تضاعفت مداخيل قناة Fox News من نظام البث المباشر "DBS" بـ 2% سنة 2011 مقارنة بسنة 2010 حيث بلغت مداخلها 14 مليون دولار أمريكي أي عند نهاية جوان 2011، كما بلغت المداخيل في الشركات التابعة لقناة فاكس نيوز Fox News أي التي التراخيص التي منحتها الشركة (Fox) إلى الشركات المحلية بلغت 74 مليون دولار.

والجدول الآتي يوضح العائدات بالمليون الدولار الأمريكي في مقارنة بين سنتي 2010 و 2011.

2011	2010	
\$305	\$341	- عائدات نظام البث المباشر من الشركات المعتمدة من طرف Fox
\$42	\$66	-عائدات نظام الكابل من الشركات المعتمدة من طرف Fox Neuis
\$115	\$41	-عائدات أخرى من الخدمات الخاصة في الإعتماد
\$462	\$448	- المجموع

أما الحديث عن فوائد الدخل فقد إزدادت سنة 2011 لتصل إلى 3,5 مليون دولار. لقد حققت أرباحا أخرى قناة Fox News من فرعها المتواجد في الصين Starchina 55 مليون دولار أمريكي سنة 2011، وخسرت على نظام الأخبار عن طريق الإشتراك الهاتفي Fox Mobile 29 مليون دولار، وخسرت أيضا الشركة 43 مليون دولار في مؤشر التجارة في أوروبا الشرقية، ولحقت بالشركة لطبع والأمن وغيرها 46 مليون دولار وأشياء أخرى أشير إليها في الكشوف الجبائية لسنة 2011 بـ "أخرى" Other قدرت 61 مليون دولار كريح صافي.

وللعلم فإن Fox نيوز تملك تسهيلات بنكية وخط قرضي Line credit قدر بـ 2,25 بليون دولار أمريكي تنتهي مع نهاية 2016

أهم الشبكات التابعة لشركة نيوز كورب News corp التابعة لمالكها إمبراطور الإعلام العالمي روبرت مردوخ إلى غاية 30 جوان 2011.

I) على نظام الكابل:

1) الولايات المتحدة الأمريكية:

- Fox News Channel
- Fox Bus niss Net works
- Fox Cable Net works
- FX
- Fox movie Channel
- Fox régional sport Net works
- Fox soccer Channel
- Fuel TV
- FSN

- Fox collège sports
- Bigten Net work 51%
- Fox pan American sports 33%
- Nation al goeographic Channel 70%
- Stats 50%

(2) أستراليا:

- Premier Média Group 50%

(3) الهند:

- Star plus
- Star Utsaw
- Star one
- Star Gold
- Star World India
- Star Movie India
- Channel (V) India
- Star Jalsha
- Star pravah
- Vogay 81%
- Asianet 75%
- Suvarna 75%
- Sitara 75%
- Star CJ Alive 50%
- Star News 26%
- Star Ananda 26%
- Star Majha 26%
- Hathwey cable and data com 17%
- Star Den média services 50%

(4) تايوان:

- Star chinese Channel
- Star Chines movies
- Channel [V] Taiwan

(5) الصين:

- Xing kong 47%
- Channel [V] China 47%

- بقية الدول الآسيوية:

- Espn star sports 50%
- Phoenix satellite télévision 18%

- الشرق الأوسط:

- Rotana 15%
- Farisi 1 50%

- Zemzemeh 50%

- عالميا:

- Fox international Channel
- Fox Europe, Africa, Asia and Latin America
- Fox crine Europe and Asia
- Fox Retro Europe and Africa
- Fox Next Europe
- Fox sports Europe, African and Latin America
- Voyage Europe
- Baby TV Europe, Asia and Latin America
- Utilisima Latin America
- SPEED Latin America
- TVN Asia
- Fox movies Asia
- A Quavision Africa
- National geographic international
- Channels 52%

صناعة السينما والأفلام:

(I) الولايات المتحدة الأمريكية:

- Fox Filmed Entertainment
- Twentieth century Fox film corporation
- Fox 2000 pictures
- Fox searchlight pictures
- Fox music
- Twentieth century Fox home Entertainment
- Twentieth century Fox licensing and merchandising
- Blue sky studios
- Twentieth century Fox television
- Fox television studios
- Twentieth television

الولايات المتحدة، أوروبا، أستراليا ونيوزلندا:

- Shine limited
- Kudos
- Dragonfly
- Princess productions
- Shine TV
- Reveille
- Metronome film & television
- Shine International
- Shine Australia
- Shine France

- Shine Germany

التلفزيون:

1) الولايات المتحدة الأمريكية:

- Fox Broad casting company
- My Net Work TV
- Fox sports.com
- Fox television stations
- WNYW New York
- WWORNew York
- KTTVLos angeles ca
- KCOPLos angeles ca
- WFLDChicago. IL
- WPWRChicago. IL
- WTXFPhiladelphia, PA
- KDFWDallas TX
- KDFIDallas TX
- WFXTBoston, MA
- WAGAAtlanta, GA
- WTTGWashington, DC
- WDCAWashington, DC
- WJBKDertrote, MI
- KRIVHouston, TX
- KTXHHouston, TX
- KSAZPhoenix, AZ
- KUTPPhoenix, AZ
- WTVT Tampa bay, FL
- KMSPMinneapolis, MN
- WRBWO Orlando, FL
- WOFLOrlando, FL
- WUTBBactimore, MD
- WHBQMemphis, TN
- KTBCAustin TX
- WOGXGaines ville, FL

- آسيا:

- Tata sky limited 30%

- مع نيوزلندا:

- Fox tel 25%

- Sky net work television limited 44%

البث المباشر وتلفزيون الأقمار الصناعية:

(I) في أوروبا:

Sky Italia

- Sky Sport
- Sky Caccio
- Sky Cinéma
- Sky TG 24
- Sky UNO
- Cielo
- Britksh Sky Broadeasting 39%
- Sky I
- Sky Living
- Sky Atlantic
- Sky %Arts
- Sky News
- Sky sports
- Sky sports News
- Challenge
- Pick TV
- Sky Dentschland 49,9%
- Sky Cinéma
- Sky Action
- Sky Comedy
- Sky Emotion
- Sky Nostalgie
- Sky cinéma Hits
- Sky sport
- Sky sport Austria
- Sky Fub ball Bundesliga

النتائج العامة للدراسة.

من خلال إطلاعنا المتواضع على الخلفية التاريخية لتطور الميديا الأمريكية، نجد أن الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية ناضلت وكافحت من أجل الحرية، وذلك منذ الاستعمار البريطاني للولايات المتحدة الأمريكية، أين كان التاج البريطاني يفرض الرقابة الشديدة على كل مكتوب، وأوكل مهمة المراقبة إلى البريد، لأن التوزيع يتم عن طريق البريد، وبالتالي كان رجال البريد يصادرون ما يشاءون من الجرائد ولكن أب الصحافة الأمريكية والمؤسس لها بن يمين فرنكلين لم ييأس وتصدى لكل أشكال الرقابة، والتضييق إلى غاية إستقلال الولايات المتحدة الأمريكية عن التاج البريطاني سنة 1776.

وبعد استقلال الولايات المتحدة الأمريكية خاضت الصحافة معركة محاربة الفساد، والتنمية وبناء اللحمة الوطنية بين 50 دولة بتعدد مشارها الثقافية والدينية، وكله مجمع هجين من جراء الهجرة التي وصلت إلى القارة الجديدة كل عينات الشعوب من القارة الأفريقية إلى الآسيوية والاسبان والأوروبيين بالإضافة إلى السكان الأصليين للقارة الأمريكية، وكان الدين عامل أساسي في تكوين التركيبة الأولى لبناء مجتمع متحرر على حد تعبير صامويل هنتجتون الذي يؤكد أن المجتمع الأمريكي مجتمع متدين بروتستانتاني⁽¹⁾ أبيض محافظ، ويؤكد كثير من المؤرخين بأن الدين المسيحي هو الغالب على سكان الولايات المتحدة الأمريكية خاصة مناطق الجنوب، كولاية تكساس مثلا.

حيث أنطلقت الصحافة من فكرة نفعية وهي الرأسمالية المبنية على النفعية والربح، لكنها لم تتخلى عن دورها الرائد وهو حماية الأمن القومي وبناء الهوية، والروح الوطنية، وبرغم الصعوبات المالية التي كانت تعيقها، فكانت النسخة تباع بواحد بيني لذلك سميت هذه الفترة بصحافة البيبي، وكانت تباع تقريبا مجاناً، فعلا لحد الساعة، الصحافة المكتوبة تبدأ مجاناً ثم عندما تخلق سوقاً وقراء تبدأ في وضع السعر الذي يبدأ من الأدنى ثم يبدأ في الصعود إلى غاية دولارين للنسخة الواحدة، ثم بالجذاب القراء يبدأ الإعلان هنا يدخل طرف ثاني في المعادلة وتحديد هوية الجريدة أو المجلة هو ذلك المعلن الذي يريد الوصول باشهاره إلى أكبر شريحة ممكنة من المستهلكين، وأصبح الصحفي يحدد مصيره المعلن وليس ضميره أو مالك الوسيلة الإعلامية.

تحولت الصحافة الأمريكية من صحافة مناظرة إلى صحافة اقتصاد بمعنى الكلمة، وذلك عن طريق الاشهار القادم من المعلن قصد الوصول إلى أكبر شرائح المجتمع، واحتدام الصراع بين الشركات للاستحواذ على الاشهار وبالتالي اختفت الكثير من الجرائد والمجلات لأنها لا تستطيع المكوث أمام غياب الاشهار الذي أصبح قبلة للمعلنين الكبار والصغار، خاصة صناعات السيارات والملابس، والالكترونيات والشرائح الدقيقة بكل أنواعها ناهيك عن الترفيه والألعاب الجديدة وتقديم الخدمات.

ظهور التلفزيون كان ثورة قلبت كل الموازين في المجتمع الأمريكي وكان له تأثير بالغ الأهمية على الاستهلاك، وارتفاع نسبة المشاهدة، مما ساعد على تحول المعلنين نحو الجهاز.

⁽¹⁾ Huntington Samuel, Who are we ? America's National Identity and the challenges it face, Simon and Schuster Rockefeller center N.Y 2004, P 83.

كما أحدث التلفزيون الذكي شرخ في المجتمع أين قال مستشار الأمن القومي سابقاً⁽¹⁾ بأن التلفزيون لم يحافظ على تماسك المجتمع الأمريكي بالعكس ساهم في توسيع الهوة بين أطراف المجتمع وما على الولايات المتحدة الأمريكية إلا أن تعزز من قيمة اللغة الإنجليزية والدستور اللذان يحميان الوطن والهوية.

كذلك من خلال الاحتكاك بالجمهور المتلقي للتدفق الإعلامي وزيارة أهم المكتبات العمومية والجامعية، وكذا ما تحتويه الخاصة منها العمومية، و كذا احتكاكنا بالطلبة، خاصة طلبة الاعلام والاتصال والاتصال السياسي والسلوك، في كل من جامعة تكساس الحكومية وجامعة ترينتي Trinity وجامعة إكرنت Icranat وجامعة سان ماريس Sanit Maris الخاصة وزيارتنا إلى أكبر المؤسسات الإعلامية سواء المنتجة للبرامج أو الشركات الإعلامية المتعددة النشاطات، والمزودة بكتايم ورنر وجريدة نيويورك تايمز، قانة فاكس نيوز ومؤسسة هوليوود Hollywood بالاضافة إلى اللقاءات مع أساتذة الاعلام. بجامعة أستن تكساس البروفيسور جوزيف دومنيك، عميد كلية العلوم السياسية منصور الكخية، الاستاذة أمي جيسبن، أستاذة الاتصال السياسي والسلوك بجامعة سان أنتيو تكساس، فإننا استطعنا فك بعض الشئ من الغز والسر وراء قوة تأثير الاعلام الأمريكي، وصناعة القبول والرضا لدى كثير من المتلقين سواء كان هنا أو هناك ولكنه يبرمج على الطريقة التي يريدون أي صناع الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية، كان هناك تأثير بالغ الأهمية على المجتمع الأمريكي، ثم تعدى التأثير خارج الحدود أي أصبح في العالم كله، وهنا فعلا صدق أستاذ علم الاجتماع في جامعة إلينوى البروفيسور بيتر فيليس، بأن هناك 112 شخص في العالم لإدارة هذه الترسانة الإعلامية حول العالم، وفعلا بدراسة ظاهرة التفوق الإعلامي الأمريكي، وكيف يصنع الخبر من المراسلين والمخبرين إلى رئاسة التحرير وكيف تتم آليات اختيار القصص الإخبارية تفهم بأن الحكاية عملية التشبيك ومنح حق الامتياز والتمثيل خارج الحدود، تدرك أنك ضحية مصيدة الإعلام الأمريكي حتى وأنت في عقر دارك لماذا؟ لأن كل مصادر الأخبار وإثارة المواضيع تأتي من هناك. وحتى هذه الشبكات العربية للإعلام التي يعتبرها المواطن العربي أنها قنوات قومية، محلية هي تعمل تحت ترخيص Franchise وبالتالي البرامج هي، هي فقط إختلفت اللغة والاشخاص ولكن الرسالة واحدة، وليس الشبكات العربية فقط، وإنما هناك الشبكات الآسيوية، الهندية والصينية، وكل أمريكا اللاتينية، وأوروبا لأن كما اسلفنا الذكر، فإن الإمبراطورية الإعلامية لصاحبها Report Murdock زحفت على كامل المعمورة، وبكل لغات العالم ولهجاته حتى الحصن الفارسي لم ينجو منها، ووصلت مداخلها أكثر من مداخيل البترول العربي كله حيث وصلت مداخيل نيوز كور News Corp سنة 2011 إلى 33.4 مليون دولار أمريكي برغم هذه السنين تعتبر، السنين العجاف بالنسبة للاقتصاد الرأسمالي، حيث زادت نسبة المشاهدة بكثير خاصة أيام الأزمة الاقتصادية مع بداية 2008 وقتل أسامة بن لادن وكذا ما يسمى بالربيع العربي، كل هذه العوامل ساعدت على ارتفاع نسبة المشاهدة، والذي يلحق دائما عدد المشتركين والمعلنين.

(1) بريجنسكي زيغينو، الفوضى، ترجمة، مالك فاضل، الأهلية للنشر والتوزيع، مصر 1998، ص 93.

ولم تقف هذه المؤسسات الإعلامية فقط عند الصناعة والسيطرة على الأخبار الجادة، بل تعددت إلى السيطرة على صناعة الترفيه من البرامج الخفيفة أو الحصص والأفلام والكتب والمجلات وألعاب الفيديو والأجهزة الذكية. بل إلى الكثير من ذلك وهو تعدد النشاطات مادام القانون يسمح بالاستثمار والتقاطع في النشاط، وبدأت هذه الشركات الإعلامية في الاستثمار في العقار وصناعة الأواني المنزلية والأجهزة الذكية وكذا الورق وحتى السلاح ولما لا لأن الرأسمالية تموت عندما تنتهي الحروب، وبالتالي تعددت مصادر التمويل وأدوات الأرباح المالية إلى التفكير بجد في بناء العقول البشرية وتوجيهها عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي التي حلت محل مراكز سير الآراء ودراسة الجمهور، وبالتالي لا تتوقع أن تصبح الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية كلب الحراسة الذي كان يعول عليه كثيرا في القرون الماضية، بل أصبحت الصحافة تعمل لصالح Agenda Setting وتصنع الرضا والقبول لإحداث التدخل من طرف الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها في كثير من الحالات، كحالة البسنة والهرسك (1995) وحالة العراق لتحرير الكويت وغزو أفغانستان (2001) والعراق (2003)، لماذا لأن أصبحت الصحافة تخدم النخبة، وعندما يحدث صراع أو سوء تفاهم بين الصحافة والنخبة السياسية ترى الصحافة تنتقد تصرف سلوك الساسة وصناع القرار وهكذا كثيرا ما يحدث عندما تكون السياسة غير مدروسة، أما إذا كانت مدروسة فإن أول تدخل سيكون للصحافة حتى تصنع رأيا عاما ثم إلى صناعة الاجتماع، ثم استصدار القرار السياسي⁽¹⁾.

كذلك من أهم النتائج التي توصلنا إليها وهي الإعلام الأمريكي ليس بإعلام محايد، بل هو إعلام منحاز ومؤدلج، ونرى ذلك من خلال الشعار التي تحملها قناة CBS سنة 1985 وهو "لنحتفظ بأمريكا على رؤوسنا" «We keep America on the Top» هي همة من همم رجل الاعلام الأمريكي، ولكن الأيديولوجية الحقيقية هي الرأسمالية، كل شيء يتوقف على العرض والطلب، والربح وتحقيق المنفعة، مما جعل الصحافة تتحول إلى صناعة في حد ذاتها وتضاعف أرباحها وتتجرد في كثير من الأحيان من الأخلاق والقيم، وإلا كيف تفسر عدم ظهور الذين ينتقدون السياسة الخارجية الأمريكية على شاشات التلفزيون، لماذا لا يتحولون إلى نجوم، على عكس الآخرين، ولماذا يحدث هذا النوع من التزاوج بين الصحافة ورجال المال والاعمال وكذا مركب⁽²⁾ السلاح الذي عندما يصاب بتخمة صناعة السلاح يبحث عن خلق أزمات قصد التخلص من السلاح الفائض مثلما يحدث مع دول الخليج (معركة الحزم).

كذلك من أهم النتائج المتوصل إليها، هي ارتفاع المقروئية عند الشعب الأمريكي، لأن نسبة الأمية قليلة وتكاد تنعدم أحيانا خاصة عند السكان المستقرين، أما نسبة القراءة تراها قليلة عند الفئة المهاجرة التي تبحث عن المال وإرساله إلى الأهل خارج الولايات المتحدة الأمريكية، خاصة الذين لا يملكون وثائق الإقامة، للعلم أن هناك إثني عشر مليون مهاجر غير شرعي.

(1) نعوم تشومسكي: كتاب الدعاية والرأي العام، مرجع سابق.

(2) مصطفى صايح، السياسة الأمريكية اتجاه الحركات الإسلامية، دار قرطبة، 2001.

تقديس واحترام مهنة الصحافة جعلها فعلا سلطة رابعة، كما قال توماس جيفرسون: " لو خيرت بين حكومة ناجحة وصحافة مستقلة ومسؤولة، لاخترت الثانية" والاعتماد القانوني الذي ينظم هذا القطاع الحيوي بالرغم أن التعديل الأول، كما سلف الذكر أن الصحافة حرّة مستقلة إلا أنه في سنة 1934 ظهرت هيئة تنظم الصحافة، وبالتالي أعطت دفعا قويا في تنظيم وترقية الصحافة خاصة السمعي البصري.

المهرة الانتقائية واتاحة الفرص للأقليات وخوض غمار التجارب جعل الصحافة في الولايات المتحدة تتعدد وتنوع ولكل وسيلة جمهور. كما ذكرنا في مبحث جمهور وسائل الاعلام الأمريكية، منها الجمهور المتدين، والجمهور الرياضي، والجمهور النسوي وغيرها.

كذلك في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية، لم تكن هناك وزارة للإعلام أو الاتصال، بل كانت هناك لجنة المعلومات العامة (CPI) وكانت تعرف بلجنة (CREEL) وكانت تظم ليبرالين مثل Walter Lippmann وإدوارد بير Edward Bernay، ثم خرج بيرنيز ليؤسس العلاقات العامة، هؤلاء هم الذين أوكلت لهم مهمة الدعاية ضد الألمان أثناء الحرب العالمية الثانية.

وهذه النزعة هي التي مهدت لظهور نزعة تطور العلوم السياسية الحديثة وصناعة العلاقات العامة. والاعلام، وظهر المفكرون التقدميون يحملون هموم الديمقراطية الجديدة حسب تعبير لبيان الذي قال: "هي أننا نمتلك وسائل تنظم العقل العام ونبنه قطعة قطعة كما ينظم الجيش هيئاته وجنوده علينا أن نقفل ذلك لأننا نحن الأذكياء والطيبون وهم الأغبياء وهم بكم، لذلك يجب أن نسيطر عليهم ونضبطهم من أجل مصلحتهم ونستطيع ذلك لأننا نمتلك تقنيات الدعاية الجديدة العصبية"⁽¹⁾.

إن الميديا الأمريكية تصنع العقيدة وترفع مستوى بالتدين لدى الشعب الأمريكي، وكذلك توحهم، بل تأمرهم أن يغيروا السلوك تجاه القضايا السياسية، بحيث ساهمت شبكة فاكس نيوز Fox News في توجيه الشعب الأمريكي في الانتخابات الرئاسية 2000 - 2004 بحيث عند إنطلاقها على نظام الكابل، استطاعت توجيه الرأي العام خاصة المشتركين وتوجيههم بنسبة 8% وهذه السنة زادت 20 مليون صوت إضافي للحزب الجمهوري، حسب الدراسة التي قام بها الاستاذ "Stefano Della Vigna" من جامعة كاليفورنيا للصحافة والاقتصاد سنة 2006.

من أهم نتائج هذه الدراسة هو إزدهار سوق نظام الكابل على الرغم من المضايقات التي تعرض لها من قوانين ومضايقات إلا أنه أصبح يكتسح سوق الاعلام والصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية وقناة فاكس نيوز Fox News هي أحد القنوات الرائدة في هذا المجال، أين وصل عدد مشاهديها على برنامج واحد 111 مليون مشاهد (Super bool).

(1) ديفيد بارساميان، نعوم تشومسكي، الدعاية والرأي العام، ترجمة إبراهيم يحيى الشامي، الطبعة الأولى العسكان، 2004، ص 256.

كذلك عامل مهم في الدراسة هو علاقة مؤسسات التفكير بما يعرف بـ: (Think Tangs) أو علاقتها بالصناعة الإعلامية وكذا شركات العلاقات العامة، التي أصبحت تحرز على مشاريع إعلامية عن طريق المناقصات، كبقية الشركات الرائدة في مجال البناء والصناعة، وتمنح هذه الشركات العلاقات العامة الامتيازات الكبرى لقيادة الحروب من البداية إلى النهاية، سيناريو وإخراجا وما على الشبكات الإخبارية إلا البث بدون تعليق وهنا يصبح الصحفي مجرد من التعليق الذاتي، لأن الأخبار معلق عليها سابقا.

التمركز، وهي نتيجة من النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، فإن معظم الجرائد في الولايات المتحدة الأمريكية أصبحت ملكية لـ 50 شركة عظمى على حد تعبير مؤرخ الصحافة "بن ياديكان" في كتابه "احتكار الميديا"، كما توجد في الولايات المتحدة الأمريكية 1700 جريدة يومية و 11000 مجلة و 9000 محطة راديوإذاعية و 1000 محطة تلفزيونية، وكذا 2500 دار نشر و 07 استديوهات سينمائية فإن عدد المالكين يجب أن يتوزع على 2500 مالك هؤلاء المالكين هم مالكي شركات السلاح، وقصب السكر، وقطع غيار السيارات والبنوك.

كما أن الأستاذ جون ميرل يقول بأن الصحافة الأمريكية انخفضت الجرائد اليومية من 2024 سنة 1989 إلى 1730 سنة 1993، ثم 1570 سنة 2000 وهذا يعني أن الصحف تلاشت واندجحت في الصحف الكبرى.

هنا ظهرت الرقابة التابعة للملكية، فإن مثلا جريدة San an Tonio Express في ولاية تكساس لا تستطيع أن تنشر كل شئ لأن المالك الأصلي لها هي جريدة نيويورك تايمز، وقس على ذلك فإن الصحافة المحلية أو الجهوية لا تستطيع أن تبث أو تنشر إلا بموافقة الشركة الأم التي تمنح الترخيص، وهذا نوع من الرقابة وعليه فإن الصحافة الأمريكية تحررت من السلطة، ف وقعت في أيدي المال والتمركز.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة، قناة فاكس نيوز قناة يمينية جمهورية متطرفة، ومحافظة وجاءت نتيجة لردت فعل على الصحافة الأمريكية الأخرى، التي عرفت بأنها ليبرالية، وحررة أوصلت المجتمع إلى درجة التخمة من الترويج والابتعاد عن الأخبار الجادة، فجاءت قناة فاكس نيوز لتفرز اليمين المتطرف والذي يعبر عن نزعة محافظة اشتركت مع جماعة الهيمنة الكونية، التي جاءت بالمشروع الجديد لولايات المتحدة الأمريكية، والذي يهدف إلى تغيير جذري في المجتمع الأمريكي، وكذا السياسة الخارجية، التي ظهرت في إعادة نسيج العلاقات الدولية، خاصة في الشرق الأوسط، وعلاقتها تجاه العالم الإسلامي العربي حيث وقعت أحداث 11 سبتمبر 2011 والتي أعقبتها حروب استباقية ضد ما يعرف بالقاعدة في أفغانستان (2001) وحرب العراق وغزوه 2003 ثم أحداث ما يعرف بالربيع العربي منذ سنة 2010 إلى يومنا، لتعم الانقلابات على الأنظمة العربية، والقضاء على القوميين العرب الزعماء الذين ضمنت لهم الولايات المتحدة الأمريكية البقاء وقهر شعوبهم إلى غاية الساعة هناك حروب تدار بالوكالة في دول الخليج بين الأخوة (معركة الحزم).

من أهم نتائج الدراسة قناة فاكس نيوز هي إحدى الأدوات الحالية في غسل المخ وتوجيهه على الطريقة اليمينية المعاصرة وهو توجه أكثر من المسيحية العالمية، فهي تتعدى إلى عقيدة بروتستانتية تعبد إسرائيل، وتعتقد أن العالم أخطأ خطيئة كبرى، ولكي تغفر له الخطيئة يجب أن يرضى إسرائيل، وتعتمد قناة فاكس نيوز على ضيوف ثابتون ولا يتغيرون، يعلقون على كل شيء بالطريقة التي يرونها هم أصلح، وأصبحت القناة هي الناطق الرسمي للولايات المتحدة الأمريكية، فكل ما تراه يداع أو يعلق عليه في هذه القناة هي وجهة نظر الدولة الأمريكية، حيث "توني سنو" الصحفي الشهير في قناة فاكس نيوز إلى كاتب دولة ناطق باسم البيت الأبيض في عهد الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش (2000-2008).

كما أن هي القناة الوحيدة المسموح لها بمرافقة العمليات العسكرية داخل المعارك في العراق، وكان ذلك الصحفي اليهودي الأصل "دافارا" ينقل المعارك على المباشر من الفلوجة، والموصل وبغداد، وكانت هذه القناة هي التي قادت حملة واسعة في الولايات المتحدة الأمريكية ضد الاسلام والمسلمين، واتهمت العالم الاسلامي بأنه عالم لصناعة الارهاب.

كما روجت للحرب على افغنستان والعراق، وصغت رأيا عاما وطنيا ودوليا لضرورة الحرب على العراق، وأنه يملك صناعة أسلحة الدمار الشامل، وكانت عنونت برامجها بالحرب على الارهاب قبل انطلاق الحرب على العراق بسنة كاملة.

وكان مذيع برنامج Bill O Reilly Facteur يستضيف فنانيين ومشاهير ويطلب منهم تأييد الحرب على العراق إذا لم يوافقوا يطردهم على المباشر، تم أنهي البث المباشر وتحويل إلى مسجل حتى يتصرف في القصة كما يشاء، ولم تعتذر هذه القناة للشعب الأمريكي عن الخطأ التي ارتكبتها في تغليب الرأي العام، بأن صدام يملك أسلحة الدمار الشامل، واستخفت بعقولهم وأصبحت من أهم القناة صدقا في الأخبار، حتى أخذت هذا الشعار وأصبح يكتب على الشاشة دائما The most Trust nam in News وفعلا أصبحت هذه القناة بثرة مالية طائلة، استثمرتها في كل أرجاء المعمورة، كدولة داخل دولة، قبل إقدام أي زعيم سياسي على مشروع، حتى يأخذ الإذن من صاحب الإمبراطورية الإعلامية Report Murdock.

هذا ما قاله مراسل "SNBS" في برنامج من واشنطن للقناة القطرية الجزيرة في يوم 14 أوت 2007، بأن رئيس الوزراء البريطاني توني بليز اتصل بروبرت مردوخ ثلاث مرات قبل الحرب على العراق، مباشرة بعدها أصبحت الصحف البريطانية تحت الشعب البريطاني على التعاطي مع الحرب، وحثوا أفراد الجيش على القتال حتى تتحرر العراق.

وفعلا كانت Fox News هي التي تحصل على السبق الصحفي أثناء الحرب مع جريدة Well Street Journal.

وعليه يجب أن نفهم هذه الظاهرة الإعلامية وتفكك تفكيكا لأنها جديرة بالفهم العميق ومحاولة تسليط الضوء عليها لأن فعلا نعيش في قرية أكثر من صغيرة، ولكن الحقيقة هو أن زدنا تباعدا وأصبحنا نعيش الاستغراب والتوحد والانعزالية أكثر كما أصبحنا نعشق التفرج على الأحداث وكأننا غير معينين بها، وبالتالي هذه الدراسة ما هي إلا جزء قليل لما رأيناه ولاحظناه لهذه الإمبراطورية الإعلامية، ندعوا كل المهتمين بالاعلام أن يتوجهون بدراستها بعمق وزيادة في التحليل والتعمق حتى نستطيع تفكيك رموز هذه المعادلة الصعبة.

خاتمة:

لبعون الله تم هذا العمل المتواضع الذي استغرق أكثر من تسع سنوات، منها خمسة سنوات نصف داخل الولايات المتحدة الأمريكية، في الملاحظة والأسئلة والبحث عن المعلومات والتحليل من كافة أطراف المجتمع الأمريكي، حتى سائقي الطاكسي لم ينجو من أسئلتنا خاصة منهم المهاجرين الإيرانيين و الأفارقة، كما هناك أمريكيين كذلك فإن قناة الفاكس نيوز هي الناطق الرسمي لليمين الأمريكي الذي أصبح يتحكم في زمام الأمور الداخلية والخارجية، وهي قناة جادة تحمل رسالة ثقيلة تترجم سياسة قوة دولة ورائها، وحتى وإن توصلنا إلى أنها متحيزة وذات رسالة واضحة في خدمة أجندة معينة، فهي وطنية بامتياز ولا تخشى لومة لائم في ذلك، كما أنني توصلت إلى بعض النتائج المتواضعة، ودعوتنا هي المطالبة من المهتمين في ميدان الاعلام إلى توسيع وتطوير هذا البحث وإثرائه بوجهات نظر أخرى، وإشكاليات أخرى حتى نثري مكتبتنا الجامعية ببعض المعلومات التي نرى أنها مفيدة للجميع سواء أكاديميين أو غير ذلك.

إن الإعلام الأمريكي، هو منظومة فلسفية تستمد قوتها من القانون الذي ينظم الحياة العامة للأشخاص، حيث احترمت فيه الحريات الشخصية والفردية، وتقدست فيه الحياة الخاصة والخصوصية التي يحميها القانون، وأصبح عامل المال هو الذي يحدد مستقبل الصحافة المستقلة في الولايات المتحدة الأمريكية بحيث باسم المال والمصالح أخنقت الأصوات الصغيرة واطمحت الصحافة الناشئة وأصبح الآن يقول على المدونات عبر الأنترنت بديل النشر والسمعي البصري، إلا أنه تبقى الصورة والصوت هي التي تصنع الحدث، وبالتالي سيطرت الشركات الاعلامية الضخمة على مجريات الأحداث في محاولة منها إلى صقلها وإعادة توجيهها، وهناك أصبح اعلام أكثر وجهل أكبر وبقية المعادلة في مكان بعيد عن تفكيك رموزها ونتيجة لتشابك المصالح بين الصحافة والمعلن والمال أصبح الصحفي مرهونا بالمعلن الذي أصبح هو السيد في تحديد مصير الوسيلة الاعلامية، ونظرا لهذا العقيد فإن الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية في كثير من الأحيان. إن لم نقل دائما تتحد مع الدولة، عندما يتعلق الأمر بالأمن القومي، والمصالح العليا للبلاد، على عكس ما يروج أن هناك صحافة حرّة لا تخضع لأية جهة.

وعلى العموم يبقى الاعلام الأمريكي هو الجهة الوحيدة التي تتحكم في مصير المعلومة والاعلام المحلي

والدولي.

قائمة المراجع

بالعربية:

- 1- هيرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 243، تصدر عن المجلس القومي للفنون والاداب بالكويت 1999.
- 2- ديفيد بارساميان ونعوم تشومسكي، أحاديث مع نعوم تشومسكي الدعاية والرأي العام، تعريب ل: إبراهيم يحيى الشهابي دار العيكان 2004.
- 3- بيتر فيليبس ومشروع مراقب: الرقابة والتقييم في الاعلام الأمريكي، ترجمة أحمد محمود، دار الشروق المصرية 2008.
- 4- عبد الرحمن عزي، علم الاجتماع الإعلامي دعوة إلى فهم، الدار المتوسطة للنشر بيروت تونس 2010.
- 5- الاعلام الدولي النظريات، الاتجاهات والملكية، ترجمة، حسني نصر، عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى 2013.
- 6- حلمي خضر ساري، صورة العرب في الصحافة البريطانية، دراسة اجتماعية للثبات والتغيير في مجمل الصورة، مركز دراسات الوحدة العربية الطبعة الأولى، 1988.
- 7- محمد علي حوات، الاعلام الصهيوني وأساليب الدعاية عن مكتبة مدبولي، 2006.
- 8- صباح ياسين، الاعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، مركز الدراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، 2006.
- 9- تدويل الاعلام العربي الوعد ووعي الهوية، عن دار صفحات للدراسات والنشر، الاصدار الأول 2007.
- 10- أحمد بن مرسل، منهاج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة 2005.
- 11- جون ماكسويل هاملتون وجورج أ- كرمسكي، صناعة الخبر في كواليس الصحف الأمريكية، ترجمة أحمد حمود، دار الشروق المصرية الطبعة الأولى، 2000.

- 12-مخايل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، مركز دراسات الوحدة العربية، ترجمة عطا عبد الوهاب، الطبعة الثانية، 2000.
- 13-صالح بلعيد، في المناهج اللغوية، إعداد الأبحاث، دار هومة للنشر والتوزيع الجزائرية، 2005.
- 14-ماضي مصطفى وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبه للنشر، 2006.
- 15-يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والجامعيين، طاكسي كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007.
- 16-فتحي حسن أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية في البحث العلمي، مفاهيم، اساسيات تطبيقات، الورق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 17-رجحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، منهاج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، مكتبة الرّازي العلمية، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع الأردن، 2000.
- 18-موريس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تدريبات عملية، ترجمة مصطفى ماضي وآخرون، دار القصبه للنشر والتوزيع الجزائر، 2006.
- 19-عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 20-محمد منير حدجاب، الموسوعة الإعلامية المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 21-محمد شلي، منهجية في التحليل السياسي، المفاهيم، المناهج، الاقترابات، الأدوات، دار هومة للنشر الطبعة الخامسة 2007.
- 22-قاموس الصحافة والإعلام فرنسي - عربي صدر عن المجلس الدولي للغة الفرنسية، ترجمة، مصطفى حسان وعبد الحميد بدوي، باريس، 1991.
- 23-محمد فريد، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، إنجليزي عربي عن دار العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 1991.
- 24-التقرير الدولي للاتصالات اليونسكو، باريس 2000.
- 25-سلمان جازع الشمري، الصحافة والقانون في الولايات المتحدة الأمريكية، الدار الدولية للنشر، 2002.
- 26-نعوم تشومسكي، صناعة الاجماع، الصحافة والاقتصاد، الطبعة الأولى، 1986.

بالإنجليزية:

1-Bray, Margaret and David Kreps. « Rational Learning Expectation » in G Feiwel, Arrow and the Ascent of Modern Economic, Theory, Macmillan, pp.597-625, 1987.

2-Joseph – R Domonick : The Dinamics of Mass communicatio sixth Edition university of georgie, Aphens, by Mc Graw – Hill, 1999.

3-David Mcknight : Murdochhis poltics : How one manis Thirst Fox WeaPth and Power Shpes our world pluto press, UK 2012.

4-Erwin K – Thomas and B Rownh H. Carpenter Hand Book on mass media in The united states : The Industry and its audiences I green wood press west port, connecti cut, london,1994.

5-Mark Crispin Miller/ What'is Wrong with this Picture ? The rise of the media cartel has been a long time coming the cultural effects are not New in Kind ; but The has become consideraety large / annual editions global Issues, 2004/2005.

6-Joseph Straub har ; university Texas, Austin and rebert larose Michigan state university. Media Now undinstanding media, culture, and technology. Thomson wadsworth the fifth Edition, 2006.

7-Pier Robinson : The CNN Effect : The myth of news, foreing Policy and intervention : Rautledge : Taylor and Francis Group. London New York, 2002.

8-Ken Auletta : back Story inside The Busines of news Penguin Books USA 2003.

9-Lautere, Jack community Journalism, ames. Ia : Iowa University press 1995. Usa.

10-Mott, Frank Luther : American Journalism, New York : Macmillan 1982.

11-Rather dan : The camera never blinks Twice New York marrow 1994.

12-Adams Micheal, Introction Radio Newton.WF : Brawns Benchememark. USA 1985.

13-Dinitoo Vincent : The Remaking Radio Newton MA.Focal Prss 1995.

14-Keith, Micheal, and Joseph Krause : The Radio Station, Boston Focal Press 1998.

15-Barnaw Erik Tube of Plunty. New York :Oxford 1990.

16-Jan Kauski Gene, and David Fuchs : Television Today and Tomorow New York ; Oxford 1195.

- 17-Wills Edgaer, and Hanry Aldrige : Television, Cable and Radion Englewwd, Chiffs. Nj Prentice Hall, 1992.
- 18-Hostry of mass media in united states of america. Encyclopedia 1995.
- 19-Edward lee : Media Politik : How the mass media Transformed wored politics New York 1996.
- 20-Head Ydeny, and Christopher Steling : Broad Casting in America, 7 th ed Boston, Hoghton mafflin 1994.
- 21-Under wood, Doug. Whenmbas Rule News : How The markets and mangers are reshaping to days media New York Columbia University Press 1993.
- 22-Nord David Paul : Faith in Reading : Religins Publishing and The Birth of mass media in America 2005.
- 23-Bernard Goldberg : The bais C.B.S in sider exposes How The media distoret The news ; New York 2006.
- 24-Cutlip, Scott, Public Relation History. Hills date. NjL Erlbaum 1995.
- 25-Harrison, Sherly : Public Relation : Antroduction New York : ROutledge 1995.
- 26-Wilox Dennis : Phillip ault, and Warren Agée. Public relation : Strategies and Tactics. New York : Harper Collins 1995.
- 27-Stephe K- Caidman Tomlb. The Vertuous Journalist New York Oxford University Press 1987.
- 28-Pebx Dave Marsh : Fifty Ways to fight sencership thunders mouth press New York.
- 29-Douglas Cater. The fourth Branch of Govement. Boston Hougeton mifflin 1959.
- 30-Kathleen Hall Jamiesson and paul Walman : The Press effect Oxford Press 2003.
- 31-Daniel C.Hallin : We Keep america on The Topof The wald New York Press 1995.

الجرائد والمجلات:

- 1- جريدة الشرق الأوسط العدد 1460 الخميس 12 ربيع الأول 1432 هـ الموافق ل 03 مارس 2011.
- 2- هوارد كورتز: جريدة الشرق الأوسط 06 ماي 2007 العدد 10386 الطبعة الإلكترونية.
- 3- محمد بن مختار الشنقيطي كاتب موريتاني عبر الجزيرة. نت بتاريخ 2005/02/11.
- 4- جريدة الشرق الأوسط الأحد 18 أبريل 2007 العدد 10309.
- 5- خالد خنفي علي: السياسة الدولية، العدد الخامس والخمسون بعد المائة، جانفي 2004.

المواقع الإلكترونية:

- 1- www.naa.org
- 2- www.USAtoday.com
- 3- www.almoquatel.org
- 4- www.wikipidia.com
- 5- www.NewYorkTimes.com
- 6- www.washingtonpost.org
- 7- www.armytimes.com
- 8- www.NPR.org
- 9- www.woodRadio.com
- 10- www.USER.aol.com
- 11- www.TheAmericanJournalismReview.org
- 12- <http://advicom.net/cshffile/sghast>
- 13- www.mtr.org
- 14- www.CBS.com
- 15- www.CNN.com
- 16- www.Timewarner.com
- 17- www.Fair.com
- 18- www.aljazira.net
- 19- www.cencerd.com
- 20- www.Tqirwashington.org
- 21- www.FCC.org
- 22- www.sanantonioexpressnews.com
- 23- <http://OTS.cc.vtexas/2jensen.index.Html>
- 24- www.nielsonmedia.org
- 25- www.FoxNews.com

- 26-www.pewResearch.org
- 27-www.moveon.org
- 28-www.Broadcastingcable.com
- 29-www.progectofexleninjournalism.com
- 30-www.studionBFoxNews.com
- 31-www.extra.com
- 32-www.sbca.comindex.asp
- 33-www.outFoxed.com
- 34-www.SLKAGAN.com

فهرس الجداول:

الصفحة	الجدول
61	أهم عشر جرائد الأكثر استنساخ
67	أهم الشركات العملاقة التي تملك مجالات المستهلك
123	الشركات الكبرى المسيطرة في عالم الإذاعة
125	أهم شركات الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية
152	الاجابة عن السؤال: من أين تحصل على معلومات عادة حول ما يدور في العالم
161	نوعية الأشخاص في الأخبار الأمريكية
164	الأشخاص غير المعروفين في الأخبار
235	أهم شركات الانتاج وبرامجها 1997-1998.
264	تغطية الميديا لهيئة الأمم والغرب.
264	وصف الصحافة الأمريكية لصناعة الأخبار
265	تغطية الميديا الأمريكية لإبعاد شعب سريرييتشا
265	تضامن الميديا الأمريكية مع كوسوفو
270	تغطية الصحافة الأمريكية لإجلاء سكان كوسوفو
296	تصنيف برامج فاكس نيوز لسنة 2011
305	مصادر الأخبار المعتمدة من طرف المشاهدين

الفهرس

01	مقدمة
01	الاطار المنهجي للدراسة.
04	الإشكالية.
05	أهمية الدراسة.
05	أسباب اختيار الموضوع.
06	الدراسات السابقة.
09	المنهج المتبع.
22	تحديد المصطلحات.
30	القسم الأول: الاطار النظري.
32	الفصل الأول: التطور التاريخي للصحافة المكتوبة.
32	المبحث الأول: الصحافة المكتوبة وأنواعها.
37	1-أنواع الصحافة من حيث توجهها.
37	أ. الصحافة السياسية.
38	ب. الصحافة الجماهيرية.
39	ج. صحافة البيئي.
40	د. الصحافة الصفراء.
41	هـ. الصحافة المتحضرة (الحديثة).
42	و. صحافة الأقليات.
43	2-أنواع الصحافة من حيث طريقة الصدور
43	أ.الصحافة على الخط on line
44	ب.الصحافة الأسبوعية.
44	ج.الصحافة اليومية
45	6-أنواع الصحافة من حيث مكان الصدور.
45	أ.الجرائد الوطنية.
45	ب.يوميات العواصم.
46	ج.يوميات الضواحي.

46	٥.يوميات المدن الصغيرة.
46	7-الجرائد العملاقة.
46	أ.نيويورك تايمز New York Times .
51	ب.جريدة تيرالد تريبون Herald Tribune .
52	ج.جريدة الواشنطن بوست Washington Post .
56	د.جريدة أرمني تايمز Army Times .
57	٥.جريدة يونيفرسال برس سنديكيت Universal Press Syndicate .
62	المبحث الثاني: المجالات وأنواعها.
68	المبحث الثالث: التكنولوجيا الجديدة والميديا الأمريكية.
71	الفصل الثاني: تطور الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية.
71	المبحث الأول: الإذاعة.
83	المبحث الثاني: التلفزيون.
120	المبحث الثالث: ملكية وسائل الاعلام الأمريكية.
126	المبحث الرابع: اقتصاد الصناعة الإعلامية.
139	المبحث الخامس: جمهور وسائل الإعلام الأمريكية.
147	الفصل الثالث: صناعة الأخبار في الولايات المتحدة الأمريكية.
147	المبحث الأول: كواليس الصحافة الأمريكية.
151	المبحث الثاني: القيم الإخبارية في الصحافة الأمريكية.
159	المبحث الثالث: تأثير الصحافة بالضغط الاجتماعي.
167	المبحث الرابع: علاقة الشركات العملاقة العامة بالشركات الإعلامية الضخمة.
188	الفصل الرابع: القانون وتنظيم الميديا في الولايات المتحدة الأمريكية.
188	المبحث الأول: ميلاد (FCC) الهيئة الفيدرالية للاتصالات.
197	المبحث الثاني: الحق في الوصول إلى المعلومة.
204	المبحث الثالث: قانون تساوي الفرص وحماية الأطفال.
219	المبحث الرابع: الرقابة والاحتكار.

252	الفصل الخامس: الأخبار الدولية في الصحافة الأمريكية، وعلاقتها بالسياسة الخارجية.
252	المبحث الأول: نشاطات الولايات المتحدة في الدول المجاورة.
256	المبحث الثاني: صناعة القبول: نظريات الصحافة. وعلاقتها بالدولة.
283	الفصل التطبيقي: فاكس ميوز Fox News كحالة للميديا الأمريكية.
284	المبحث الأول: قناة Fox News الخلفية التاريخية ونزعة الانطلاق.
294	المبحث الثاني: تحليل أهم البرامج للقناة والفاعلين فيها.
309	المبحث الثالث: أثر قناة فاكس نيوز في صناعة العقيدة الأمريكية.
314	المبحث الرابع: القوة المالية لـ Fox News واستثماراتها خارج الحدود.
326	النتائج العامة للدراسة.
333	خاتمة.
	قائمة المراجع.
	فهرس الجداول.
	الفهرس.