



## دور العلاقات الدولية في تشكيل الخط التحريري للإعلام الدولي الموجه

د. سارة الصاخي

دكتوراه في علوم الإعلام والتواصل

كلية اللغات والفنون والعلوم الإنسانية آيت ملول

جامعة ابن زهر أكادير

المغرب

## مقدمة:

تزايد الاهتمام الدولي بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا منذ الإعلان عن النظام العالمي الجديد سنة 1989، فتوالت الأحداث في المنطقة والتي كان واضحاً من خلالها طموح المشروع الغربي في إعادة ترتيب المنطقة جغرافياً وديمقراطياً وثقافياً، عبر الاندماج والتغلغل في النسيج الثقافي لبلدان المنطقة حيث لم تعد تعتمد بالأساس على الدور الدبلوماسي والعسكري بل أصبحت توظف إلى جانب ذلك وسائل الإعلام الحديثة بشتى أنواعها تزامناً مع إحلال ثقافة العولمة، ووصلت الأوضاع ذروتها بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، والتي أنشأت على إثرها الولايات المتحدة الأمريكية تحالفاً دولياً للحرب على الإرهاب شرعنت به حربها في أفغانستان سنة 2001، وبعدها غزو العراق سنة 2003، فتزايدت حاجة الغرب لمخاطبة جمهور هذه المنطقة بلغته حتى يتمكن من إيصال رسائله الإقناعية، وهو ما يفسر ظهور قنوات أجنبية ناطقة بالعربية بشكل يعبر عن أهداف استراتيجية، ولعل هذا ما يعكس لنا نمطية العلاقة التاريخية بين الشرق والغرب وارتباطها بالصناعة الإعلامية عموماً، بالإضافة إلى الواقع العربي الحالي الذي تعيشه المنطقة، كل هذه الأحداث تتحكم في توجيه الإعلام بناء على أجندة دولية تحدد المواقف والأحداث، من خلال تبني استراتيجيات إعلامية جديدة تتماشى مع الأنظمة المهيمنة عالمياً. وعليه يمكن بلورة إشكالية هذه الدراسة كما يلي:

إلى أي حد يمكن أن تتدخل طبيعة العلاقات الدولية في تشكيل الأسلوب التحريري لقنوات الإعلام الأجنبي المغرب؟

## I : تحديدات مفاهيمية

## 1. الإعلام الدولي الموجه

يعد من الصعوبة بمكان تحديد مفهوم الإعلام الدولي لارتباطه بالعديد من المفاهيم المتعلقة بوسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية ووسائل الاتصال الحديثة حيث يصعب التمييز بينهما، فعملية الاتصال في الإعلام الدولي يمكن أن تستدعي استعمال جميع وسائل الإعلام كما يمكنه أن يتجاوز الحدود السياسية للدولة، حيث يشير " للنشاط الاتصالي الذي يستعين بوسائل الإعلام والاتصال جميعها أو بعضها في التوجه إلى قطاعات من الجمهور الذي يتوزع على مناطق جغرافية متعددة تتمثل في دول وقارات، وهو يستند إلى القوة التأثيرية الفاعلة المستندة إلى الخبرات والكفاءة والقدرة على تحقيق الاستهواء وجذب الجمهور إلى التعرض عبر الاستعانة بالمستلزمات التقنية والفنية والاتصالية الكفيلة بتحقيق الأثر المطلوب"<sup>1</sup>، إضافة إلى تداخل مفهوم الإعلام بالدعاية الدولية، وبالتالي فمفهوم الإعلام الدولي قد يتغير بتغير تخصصات مجال البحث.

<sup>1</sup> راسم محمد الجمال: "نظام الاتصال والإعلام الدولي (الضبط والسيطرة)"، 2، لدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 17-18.



لقد قدم الباحثون في مجال الإعلام بعض التعاريف التي تشتمل على مجموعة من العناصر من بينها أن الإعلام الدولي يسعى إلى "تقديم المواد الثقافية، تقديم الاخبار بموضوعية، تفسير وجهة نظر الدولة والعمل على زيادة التفاهم الدولي"<sup>2</sup>. وبالتالي فإن هذا الإعلام يهدف "للتحقيق أحد الأمرين، أولهما تعريف الشعوب بالواقع الثقافي والحضاري والفكري للدولة وثانيهما تقديم خدمة إخبارية وثقافية"<sup>3</sup>. لقد تعددت تسمياته من إعلام دولي إلى إعلام موجه أو وافد لكنها تصب في نفس المنحى حيث يعتبر "هو الاتصال الذي يتم من خلال الحدود الدولية، وهذا الاتصال يكون بين أفراد وجماعات ودول ذات ثقافات مختلفة وأفكار وتوجهات متنوعة، وهو يتأثر بالأبعاد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والعسكرية لعلاقات الدول بعضها ببعض"<sup>4</sup>، فيمكننا القول أن هذا الإعلام هدفه هو "مخاطبة الشعوب الأخرى وتزويدهم بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير عليهم وإقناعهم بعدالة قضايا الدول التي توجه الإعلام، وبالتالي تتبنى الجماهير المواقف مؤيدة للدول الباثة"<sup>5</sup>. وبناء على هذه التعاريف فإن المفهوم يتحدد بشكل أوضح فيمكننا القول بأن الإعلام الدولي هو شكل من أشكال الاتصال العابر للحدود الدولية، يستهدف مجموعة بشرية في نطاق جغرافي معين تتحدد به لغة الخطاب وتتمحور أهدافه حول تزويد الجمهور بالأخبار الصادقة من خلال "تزويد الرأي العام الدولي والإقليمي بالأخبار والمعلومات التي تتعلق بقضايا تشغل فكره، وتثير اهتمامه"<sup>6</sup> إضافة إلى تعريفهم بثقافة وحضارة الدولة الباثة وتكوين رأي عام دولي يدعم مواقفها وسياساتها من خلال "إحداث تغيير في مواقف الرأي العام الذي يستقبل هذا الإعلام سوء كان مسموعاً أو مقروءاً أو مرئياً"<sup>7</sup>. وفي بعض الأحيان قد يقوم الإعلام الدولي بتمثيل دولة أو منظمة تابعة له أو ينوب عنها، "وتترك هذه المهمة للمستشارين أو الملحقين الإعلاميين لبعض المنظمات الإقليمية أو الدولية كالأمم المتحدة وجامعة الدول العربية"<sup>8</sup>.

أما بالنسبة للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية فتندرج ضمن "القنوات التلفزيونية الموجهة من دولة معينة إلى دولة أخرى خارج حدودها، وتكون برامجها باللغات التي تلائم سكان الدول الموجهة إليهم، وهي تستهدف الوصول إلى شعب معين باستخدام لغته أو لهجته، بغرض التأثير فيه نفسياً لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو دينية أو ثقافية للمصدر أو الجهة الراعية لها، حيث يصل صوت الدولة الباثة للإرسال وفق سياسة إعلامية مخططة وهادفة وليس بشكل عفوي"<sup>9</sup>. وبالتالي فإن ماهية القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية تتمثل في أنها عابرة للحدود الدولية وناطقة بلسان حال الدول الموجهة إليها، وأهدافها تتجاوز ما هو إعلامي محض إلى ما هو سياسي واقتصادي وفكري، وبالتالي فإن تعريف هاته القنوات يتقاطع مع التعاريف السابقة للإعلام الدولي باعتبارها جزءاً لا يتجزأ منه.

وفي تعريف آخر "هي تلك القنوات التلفزيونية الموجهة باللغة العربية، التي تبث من بلد منشأها عبر الأقمار

الصناعية، وتمولها أو توجهها مؤسسات أو شركات أو حكومات الدول الرأس مالية (الغربية) في أمريكا وأوروبا. تهدف إلى إقناع المجتمعات باللغة العربية بالأفكار والبرامج السياسية الغربية، مستخدمة من أجل تحقيق ذلك مختلف القوالب الإبداعية والفنية"<sup>10</sup>. وعطفاً على ما سبق يمكن القول بأن هاته القنوات قد تحاول فرض وجهات نظر معينة على الشعوب المستقبلية لمضامينها الإعلامية من خلال

<sup>2</sup> فؤاد بن حالة: "الحرب الإذاعية"، ترجمة: انشراح الشال، ط3، دار الفكر العربية، القاهرة، 1993، ص51.

<sup>3</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: "الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2011، ص27.

<sup>4</sup> نهي العبد: "اعتماد الرأي العام على القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات: العدوان الإسرائيلي على غزة نموذجاً"، المؤتمر العالمي الخامس لشعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام أخلاقيات ممارسة العمل الإعلامي، القاهرة، 2009، ص18.

<sup>5</sup> ماجي الحلواني: "الإعلام الموجه"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص13.

<sup>6</sup> عبد الله زلطة: "الإعلام الدولي في العصر الحديث"، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص17.

<sup>7</sup> محمد العويني: "الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق"، مكتبة الأجلو المصرية، القاهرة، 1990، ص66.

<sup>8</sup> عبد الله زلطة: مرجع سابق، ص19.

<sup>9</sup> علي جبار: "الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه إلى المشاهد العربي"، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، تونس، 2010، ص27.

<sup>10</sup> إسماعيل عبد الحافظ العبسي: "إعلام الفضائيات الغربية الناطقة باللغة العربية وتأثيره على التحليل العربي للصحفيين دراسة نقدية"، ط1، نور حوران للدراسات والنقد، دمشق، 2019، ص39.



خطاب إعلامي يوحى برغبة في رفع سقف الحريات لدى هاته الشعوب التي لا زال إعلامها يفتقد حرية الرأي والتعددية والمهنية، خاصة وأنها تحاول إقناع المجتمعات الناطقة بالعربية بأفكارها وسياساتها بالمنطقة، من خلال توظيف قوالب فنية وإبداعية وثقافية.

## 2. الخط التحريري

بعد مفهوم الخط التحريري أو ما يصطلح عليه أحيانا بالسياسة التحريرية من المفاهيم التي تخلق جدلا في الحقل الإعلامي حيث تتداخل في تحديده مجموعة من العوامل المتشابكة التي ترتبط بعضها بالمؤسسة الإعلامية من الداخل وبعضها تتدخل فيه الأوضاع الاجتماعية والسياسية والثقافية والبعض الآخر يتأثر بالنظام الإعلامي المهيمن.

لقد ارتبط الخط التحريري أساسا بالتوجه العام أو المبادئ العامة للمؤسسة الإعلامية. حيث "يشكل الخط التحريري جزءا أساسا من السياسة التحريرية العامة لوسائل الإعلام، والتي يمكن تقسيمها إجمالا إلى مهنية مبدئية - أن يعتمد الخط التحريري مواقف مبدئية ثابتة تحق "الانسجام الخطابي" للوسيلة الإعلامية التي تتبناه"<sup>11</sup>. وهي بذلك تعد مجموع المبادئ والقواعد التي تحدد الأسلوب الذي يقدم به المضمون الإعلامي، وتتجلى من خلال الممارسة الإعلامية للمؤسسة.

إن ما يميز الخط التحريري هو ضمان الانسجام بين المحتوى المختلف الذي تنشره مؤسسة إعلامية ما. فهو يحدد أهدافها، وأسلوبها، ويوجهها في اختيار المواضيع التي سيتم تناولها وفقا لاهتمامات جمهورها المستهدف، ويعكس الخط التحريري مجال اشتغال أو تخصص المؤسسة الإعلامية بصفة عامة، سواء قناة أو إذاعة أو صحيفة أو موقع إلكتروني. ومن مزاياه أنه يوفر إطارا مرجعيا للصحافيين والإعلاميين العاملين بالمؤسسة، حيث يشكل لهم ميثاقا يوجههم في العمل ويضمن الاتساق بينهم. بصفة عامة يشكل الخط التحريري الصورة والتوجه العام للمؤسسة الإعلامية. ويعتمد تحديد الخط التحريري مجموعة من الخطوات أدرجها الأستاذ "عبد الوهاب الرامي"<sup>12</sup> ضمن خمسة مداخل أساسية:

"أولا: رصد التوجهات الكبرى للمؤسسة الإعلامية، والمبادئ المهنية والأخلاقية التي تنبني عليها، ورهاناتها كقوة اقتراحية وسلطة مضادة تُعنى بمراقبة المجتمع.

ثانيا: تحديد شخصية المؤسسة الصحفية:

• ما هي نسبة الإخبار، والشرح والتحليل، أو الرأي داخلها؟

• ما هو المشروع المجتمعي الذي تراهن عليه؟ وقياسا إلى الشأن السياسي: هل هو محافظ أم تقدمي أم وسطي؟ وهل تقترب تصورات المؤسسة الصحفية (حساسيتها التحريرية) من الرؤية السياسية لليمين أو اليسار؟ أم هي بينهما؟

• هل المؤسسة الصحفية ذات شخصية شابة وشعبية تُعنى أساسا بالأخبار الناعمة والملازمة الساخرة والطرح الأفقي؟ أم هي جادة ورصينة تسعى لأن تكون مرجعا أساسا داخل المجتمع؟ أم تقدمية تتميز بجرأتها في الدفاع عن الخيارات الديمقراطية في أدق تفاصيلها (قضايا المرأة، الحريات الفردية، حرية المعتقد) ...؟

<sup>11</sup> عبد الوهاب الرامي: "الجامع في أخلاقيات الصحافة"، إصدار مشترك بين معهد الجزيرة للإعلام (قطر)، والمجلس الوطني للصحافة (المغرب)، ط1، 2023، ص91.

<sup>12</sup> أستاذ التعليم العالي بالمعهد العالي للإعلام والاتصال، حاصل على دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من جامعة باريس الثانية، ودبلوم الدراسات المعمقة في العلوم السياسية. صدرت له عدة مؤلفات في مجالات الإعلام والاتصال، والترجمة، والإبداع الأدبي.



• هل تريد المؤسسة الصحفية أن تكون فاعلة في المجال السياسي، باعتبارها فضاء لخلق حيوية فيه؟ أم هي - على العكس - تختار أن تبقى بمنأى عن المواضيع التي تخلق نقاشات مجتمعية محدمة؟<sup>13</sup>

بالتالي فإن طبيعة العمل وظروفه هي من العوامل التي تسهم في تحديد الخط التحريري والتي تتأثر لا محالة بالتوجه الإيديولوجي الذي تتبناه المؤسسة الإعلامية، حيث يسهم في وضع المبادئ والأفكار وتحديد المصالح والاهتمامات.

"ثالثا: ما هي المجالات والموضوعات الأثيرة لدى المؤسسة الصحفية، التي يمكنها أن تمنحها محتوى صحفيا متميزا؟ السياسة، الاقتصاد، الاجتماع، الثقافة، الرياضة، الخدمات، إلخ. وما هي أولويات الموضوعات داخل كل مجال؟ مثلا في مجال الرياضة (كرة القدم، أو ألعاب القوى، أو غيرها).

رابعا: ما هو الجمهور أو الجماهير المستهدفة؟ هل هو محلي جهوي أم وطني أم إقليمي أم دولي؟ ما مستواه التعليمي؟ وما فئاته؟ السياسيون، الفاعلون المحليون أو الوطنيون، طلبة الجامعات، المرأة، الشباب، إلخ؟ خامسا: ما هي خيارات الشكل والأسلوب المعتمدة من طرف المؤسسة الصحفية؟ ما الأجناس والأحجام الصحفية الأثيرة لديها؟ ما هو نبر المواد الصحفية (تقريرية، جدلية، طويلة، قصيرة) ...، ما هو أسلوب العنونة؟ ما أساليب الإخراج المتبناة؟ إلخ.<sup>14</sup>

وعليه فإن تحديد الخط التحريري يروم تحديد الفئة المستهدفة من الجمهور من خلال معرفة طبيعتها وخصائصها وسيكولوجيتها وغيرها من المحددات، ثم الاطلاع على اهتماماتها واحتياجاتها التي من خلالها تتحدد العوامل التي تؤثر في تشكيل الخط التحريري والتي تتمثل في تحديد الأهداف والوظائف وذلك تبعا لسمات وحاجيات المجتمع.

## II ما مدى تأثير الخط التحريري للإعلام الأجنبي المعرب بطبيعة العلاقات الدولية؟

ارتبط مجال الاعلام والاتصال بالمجال السياسي وذلك من خلال العلاقة الجدلية القائمة بينهما، بحيث يعتبر كلا المجالين مكملا لبعضهما، لكن في نفس الوقت هناك علاقة تنافر على اعتبار التجاذبات القائمة بين المجال الاعلامي باعتباره أداة تهدف للعمل بمهنية مبنية على أساس المصادقية والاستقلالية، لضمان قطاع يتميز بالمسؤولية الذاتية في احترام سياسات التحرير، وهو ما يحاول المجال السياسي التحكم فيه من خلال لجم هاته الأسس بشتى الآليات.

### 1. السياسة الخارجية والأسلوب التحريري:

أصبح الاعلام الموجه أحد أهم الفاعلين في بناء النظام العالمي، وذلك لما له من تأثير في اتخاذ القرارات وإدارة الأزمات، فبات هذا الإعلام أداة لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول من خلال التأثير في الجمهور العابر لحدودها وكسب تأييده في الأحداث الدولية عبر كسب الرأي العام العالمي من خلال غرس صورة إيجابية للدولة، حيث يرى "هارولد لاسويل Harold Lasswell"<sup>15</sup> "أن وسائل الاتصال تحولت إلى أدوات ضرورية في إدارة الرأي العام من طرف الحكومات، كان ذلك في الدول الحليفة أو الدول المعادية. وعد لاسويل أن الدعاية تتناغم على نحو كبير مع الديمقراطية، فهي تمثل الوسيلة الوحيدة لخلق الانتماء والولاء لدى الجماهير إضافة إلى كونها أكثر

<sup>13</sup> عبد الوهاب الرامي: "الجامع في أخلاقيات الصحافة"، مرجع سابق، ص 92-93.

<sup>14</sup> المرجع نفسه: ص 93.

<sup>15</sup> هارولد دوايت لاسويل Harold Dwight Lasswell عالم اجتماعي أمريكي عاش ما بين (1902 - 1978م) درس تأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام، وهو صاحب صيغة لاسويل الشهيرة في تصميم الرسائل الاعلامية المستنبطة من طرح الاسئلة التالية، (من يقول، ماذا يقول، بأية وسيلة، لمن، وبأي قصد؟)



اقتصادية من العنف"<sup>16</sup>، لذلك وجهت الكثير من الدول إعلامها لمخاطبة الجمهور خارج حدودها، فلا يمكن التغاضي عن الدور المهم الذي لعبته الإذاعات الموجهة في الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفياتي سابقا.

لقد عرف الإعلام الموجه بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر محاولة ربط الواقع العربي ومشكلاته السياسية والاقتصادية بهذه الأحداث وكذا تفسير ما تعرضت له صورة العرب والمسلمين من تشويه على أنه من آثار الحادي عشر من سبتمبر، لقد حاول هذا الإعلام تسويق خطاب تبنته هذه الأنظمة المتدهورة اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وأمنيا والتي ما لبثت أن وجدت سبيلا لتصريف أزماتها المحلية وإعطائها غطاء دوليا، هذا الخطاب الذي "يريد أن يحمل كل ما يعيشه العرب من مشكلات ومآس إلى أحداث الحادي عشر من أيلول (سبتمبر) وهو خطاب (مدولن)، أي خطاب ترعاه مؤسسات الدولة وتحييه. هذا الخطاب الإعلامي العربي هو في الحقيقة ولد من رحم الخطاب الإعلامي الأمريكي ونسخة مشوهة له، ومنه استمد شرعيته. إنه خطاب عقيم يريد أن يستأثر بالفعل الإنساني في رقم تاريخي هو 11\09\17. إننا ندرك بأن الواقع العربي لم يكن أفضل مما هو عليه قبل هذا التاريخ ومعظمنا يدرك بأن غزو العراق كان مخطط له قبل هاته الأحداث حيث أن هذا الخطاب "هو خطاب (الحرب الوقائية) الذي أعد له العقل والإعلام الأمريكي عبر إيجاد صلة ما بين القاعدة ونظام صدام حسين حيناً وأسلحة الدمار الشامل والديمقراطية في العراق أحيانا أخرى. وقد أثر هذا الخطاب في الإعلام العربي منذ الأيام الأولى التي تبعت تلك الأحداث، وابتز الإعلام العربي الرسمي والخاص هذا الخطاب، وتماهى مع رموزه القائمة على فكرة المؤامرة والضحية"<sup>18</sup>. وهنا يتضح جليا التأثير الذي تمارسه السياسات الخارجية للدولة في تحديد السياسة التحريرية لمؤسساتها الإعلامية، فالنموذج الإعلامي الأمريكي وخاصة الموجه للمنطقة العربية تبنى أسلوبا تحريريا ارتبط بتفجير مركز التجارة العالمي واتخذت فيه الولايات المتحدة الأمريكية دور الضحية من أجل شرعنة غزو العراق وشن ما يسمى بالحرب على الإرهاب. إن الأسلوب التحريري الذي أقامت على أساسه الولايات المتحدة الأمريكية إعلامها الموجه للمنطقة العربية كان يهدف إلى توجيه الشارع العربي لتقبل الغزو الأمريكي على العراق، من خلال التسويق لخطاب يدحض الخطاب الإعلامي للدول العربية قبل الحادي عشر من سبتمبر والذي يوحي لهذه الدول بأنها تتحكم في الظاهرة الإرهابية داخليا مما دفعها للتنازل عن هذا الملف لصالح الولايات المتحدة الأمريكية باعتباره أصبح ملفا دوليا وليس محليا وبالتالي فإنه يحتاج لإمكانيات هائلة وخطة متطورة في إطار ما بات يسمى بـ "التحالف الدولي لمحاربة الإرهاب". "لذلك تخرص دول المركز (الدول المتقدمة)، وفي صدارتها الولايات المتحدة الأمريكية على اتباع أساليب معينة، خاصة بما وبسياساتها الداخلية والهادفة إلى إحداث التغيير في العالم، وخاصة في الدول الهامشية وشبه الهامشية (دول العالم الثالث)"<sup>19</sup>، وعيا منها بأهمية الرأي العام بهذه الدول في دعم وتنفيذ سياساتها الخارجية. وعلى العموم فإن ظهور الإعلام الموجه ارتبط تاريخيا بالحروب والأزمات وبالفترة الكولونيالية وهو ما يفسر الخط التحريري لهذا الإعلام الموجه من بعض البلدان ذات التاريخ الاستعماري على سبيل المثال فرنسا وبريطانيا حيث يظهر ذلك من خلال طبيعة برامجها التي تستهدف بالأساس مستعمراتها السابقة وتركز اهتمامها على قضايا مجتمعاتها التي يظهر فيها نوع من الانحياز لقضايا دون أخرى، وخير دليل على ذلك هو تداعيات الأزمة الفرنسية المغربية السابقة والتي بدأت بوادها إثر رغبة المغرب في معرفة موقف فرنسا من قضية الصحراء التي طالما كان موقفها محايدا، لكن إصرار المغرب على موقفه خاصة بعد اعتراف الولايات المتحدة الأمريكية بمغربية الصحراء جعله يتمسك بموقفه من أجل تحديد فرنسا لموقفها خاصة وأنها من الشركاء التقليديين للمغرب وكذلك تحملها للمسؤولية التاريخية بالمنطقة بفعل الاستعمار بالإضافة لعائدها الاقتصادية بالبلد، لكن فرنسا قابلت هذا الأمر بالتضييق على منح تأشيرات السفر للمغاربة، فكان للأزمة وقع سياسي ودبلوماسي واقتصادي مما جعل الإعلام الفرنسي يغير من خطابه تجاه المغرب وتجاه قضاياها المحلية مدفوعا بحمولة سياسية وإيديولوجية.

<sup>16</sup> جمال الزرن: "تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية"، دار صفحات للطباعة والنشر، دمشق، 2007، ص 33.

<sup>17</sup> المرجع نفسه، ص 34.

<sup>18</sup> جمال الزرن: "تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية"، مرجع سابق، ص 35-36.

<sup>19</sup> إسماعيل عبد الحافظ العبسي: "إعلام الفضائيات الغربية الناطقة باللغة العربية وتأثيره على التحليل المعرفي للصحفيين دراسة نقدية"، مرجع سابق، ص 143.



من أقرب النماذج لتأثر الأسلوب التحريري بالعلاقات الدولية هو النموذج الإيراني من خلال قناة "العالم" التي انطلقت بثها سنة 2003، حيث اختصت بتغطية غزو العراق آن ذاك، إلا أنها منذ 2011 تغير خطابها الإعلامي فأصبحت تعطي أهمية كبيرة لما يجري في سوريا حيث كانت إيران داعمة أساسية للنظام السوري. أما بالنسبة للنموذج التركي الموجه للمنطقة العربية والمتمثل في قناة "TRT" التركية التي انطلقت سنة 2010 باعتبارها قناة عامة ثقافية، ما لبثت أن عرفت تحولا جذريا على مستوى سياستها التحريرية فعاودت إطلاق بثها باعتبارها قناة إخبارية سنة 2019 عقب اندلاع ما سمي بالربيع العربي، على اعتبار أن تركيا أصبحت ملاذا لملايين اللاجئين والمعارضين، وتصويرها داعمة لقضايا الشارع العربي ومؤيدة لصوت الشعوب.

عطفا على ما سبق يمكن القول أن طبيعة العلاقات الدولية تؤثر لا محالة في طبيعة الخط التحريري للمؤسسة الإعلامية انطلاقا من السياسة الخارجية للدولة وما يخدم مصالحها في البلدان التي توجه إعلامها نحوها، حيث أن السياسة التحريرية لبعض المؤسسات الإعلامية الدولية عرفت تغييرات تبعا للأحداث التي يعرفها العالم وتبعا لطبيعة العلاقات الدبلوماسية والسياسية والاقتصادية.

## 2. ممارسة الدبلوماسية الإعلامية:

صار لوسائل الإعلام دور مهم على المستوى الدبلوماسي فباتت إحدى أبرز الأدوات لإدارة الصراعات في العصر الحديث من خلال المفاوضات والتأثير في الرأي العام عبر نقل الرسائل بين الأطراف، فأصبحت أداة يتخذها الساسة في العالم لنقل صورة إيجابية عنهم وعن أهدافهم الرامية لتحقيق السلام ومحاوله إظهار الطرف الآخر بصورة عكسية، فالديبلوماسية بشكل عام تهدف "تقديم المعلومات والتأثير في الشعوب من أجل تعزيز مصالح الدول"<sup>20</sup>، فبالرجوع إلى النموذج الأمريكي الذي كان يعد خاصة بعد الحرب العالمية الثانية راعيا للسلام والحرية في العالم أصبح بعد حرب أفغانستان وغزو العراق دولة تمارس الإرهاب من وجهة نظر الشعوب، مما جعل الدبلوماسية الأمريكية تدرك أنها "إن أرادت أن تحافظ على مصالحها أن تختار وتستهدف أسلوب الدبلوماسية الشعبية لكسب عقول الشعوب العربية والإسلامية، بل تغيير السياسات الأمريكية لكسب ود هذه الشعوب. لبلوغ ذلك الهدف يكون رأس الحرية في هذه الاستراتيجيات هو استهداف الإعلام المحلي ومساعدته عبر الجمعيات الأمريكية الحكومية وشبه الحكومية، وعبر الاعلام الأمريكي الوافد"<sup>21</sup>. فبعد نهاية الحرب الباردة وانتصار الاستراتيجية الأمريكية التي هدفت لتأسيس أحادية القطب لإدارة العالم، جاءت أحداث الحادي عشر من سبتمبر لتجعل الولايات المتحدة الأمريكية تدرك بأن صورتها في العالم العربي تعاني من مخلفات تاريخية وسياسية عميقة قد تحول دون تنفيذ استراتيجيتها العالمية، فكان لابد وأن تقوم بتلميع صورتها في المنطقة العربية من خلال حملة دبلوماسية اعتمدت فيها على الإعلام من خلال أسلوب تحريري يتبنى خطابا إعلاميا دبلوماسيا يقدم السياسة والثقافة الأمريكية من جهة، ويمكن الإدارة الأمريكية من استيعاب الرأي العام بالمنطقة العربية.

إن الأسلوب التحريري لمؤسسة إعلامية هو وسيلة لممارسة الدبلوماسية وتحقيق أهداف السياسة الخارجية وهو ما مثلته التجربة الصينية من خلال شبكتها التلفزيونية العالمية "CGTN" التي تمتلكها الحكومة الصينية. "لقد استثمرت الصين الكثير من الأموال في تطوير شبكتها التلفزيونية العالمية التي أثبتت أنها قوة مؤثرة في علاقات الصين الدولية خاصة في أفريقيا حيث أقامت الصين مقرًا لشبكتها التلفزيونية في العاصمة الكينية (نيروبي) عام 2006، وتقوم بإنتاج برامجها الموجهة إلى أفريقيا في هذا المركز"<sup>22</sup>. فاستغلت الفرصة عبرها لبناء علاقتها بهذه الدول من خلال بناء صورة لها اعتمدت فيها أسلوب الدبلوماسية الشعبية، وهو "أسلوب من أساليب ممارسة السياسة الخارجية عن طريق الانغماس في التعامل مع الجماهير في البلدان الأخرى"<sup>23</sup>، من خلال خطاب (جنوب-جنوب) وهو ما لاقى ترحيبا من طرف الدول

<sup>20</sup> جمال الزرن: "تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية"، مرجع سابق، ص12.

<sup>21</sup> المرجع نفسه: ص13.

<sup>22</sup> سليمان صالح: " ما تأثير وسائل الإعلام في العمل الدبلوماسي وتشكيل العلاقات الدولية؟"، [www.aljazeeramubasher.net](http://www.aljazeeramubasher.net)، تاريخ الاطلاع 2025/01/27.

<sup>23</sup> Cull - "The long road to public diplomacy 2.0: the internet in US public diplomacy".، Nicholas J. March 2013, p125.، No.1، International studies review: Volume 15





الإفريقية، وقد تبنت القناة الصينية الموجهة أسلوباً تحريرياً اتخذت فيه دور المتحدث باسم الدول النامية من خلال الدعوة إلى إعادة النظر في الاقتصاد الدولي الذي من وجهة نظرها اقتصاد غير عادل، وإبراز القواسم المشتركة بينها وبين الدول الإفريقية سواء ثقافياً أو تاريخياً على اعتبار أن لها تاريخاً استعماريًا مشتركاً، فوسائل الإعلام تمارس نوعاً من الدبلوماسية الثقافية التي تعتبر نوعاً من الدبلوماسية غير الرسمية والتي تعتمد "برنامجاً حضاري يوظف وسائل الثقافة، الإعلام، وأشكال الإبداع الفني المختلفة"<sup>24</sup>، فنجحت بذلك الصين من خلال شبكتها الإعلامية في تشكيل صورة ذهنية إيجابية عنها للشعوب الإفريقية، ودفعت حكوماتها لتطوير علاقاتها معها. إن التوجه العام للمؤسسة الإعلامية والذي يحدده خطها التحريري يمكن أن يتأثر بطبيعة العلاقات الدولية وأن يسهم في ممارسة دبلوماسية إعلامية سواء لبناء علاقات دولية على غرار النموذج الصيني، أو لتصريف السياسات الخارجية وللتأثير في السياسة الخارجية لدولة ما، حيث أن الدبلوماسية والسياسة الخارجية "أصبحتا كلمتين لمضمون واحد، باعتبار أن الدبلوماسية امتداد للسياسة الخارجية، من أجل تحقيق أهدافها والوسيلة العملية لتنفيذ مخططاتها"<sup>25</sup>. فالدبلوماسي الآن صار يعمل وفق نظام عالمي يحكمه الإعلام، فلم تعد الوسائل الدبلوماسية التقليدية مجدية في عصر تدفق المعلومات، فوجب تأهيل الدبلوماسي من أجل مواكبة ما باتت تفرضه التوجهات الإعلامية الحديثة.

### 3. انعكاس السياسة الخارجية على المضامين الإعلامية

سبق وأن خلصنا بأن من محددات الأسلوب التحريري الذي تتبناه القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية والمؤسسات الإعلامية الموجهة عموماً هي طبيعة العلاقات الدولية بشكل أساسي اعتباراً على أن هذا النوع من الإعلام هدفه خدمة توجه دولته وأحد اليات تنفيذ سياستها، وبالتالي فإن ما تقدمه هاته القنوات من مضامين إعلامية يشكل جزءاً من سياستها التحريرية التي تروم من خلالها تحقيق أهداف معينة. فأصبحت الساحة الإعلامية اليوم مسرحاً للحروب الإعلامية الضارية وانبثقت بشكل مثير للجدل العديد من القنوات الأجنبية الموجهة للناطقين بالعربية بإمكانات وطاقت تجعلنا نستشعر أن الأمر لا يشمل بلداً بعينه أو فئة أو تنظيم بقدر ما يشمل أمة وثقافة كاملة. فما كان من ترويج لأفكار ومفاهيم ومبادئ حق تقرير المصير والشرعية واحترام حقوق الإنسان من خلال الآلة الإعلامية سوى ذريعة لاستمرار فرض السيطرة والقوة لتحقيق مصالح الدول الكبرى. وهنا لا بد أن نشير للنموذج الفرنسي من خلال قناة "فرانس 24" على اعتبار أن هذه القناة تهتم بالجانب الثقافي ونشر ثقافة فرنسا إلى العالم إلى جانب ما تقدمه من محتوى إخباري، فنجد أن معظم البرامج الثقافية تناقش مواضيع تعد طابوهات في المجتمعات التي تستهدفها هذه القناة، مثل أمور تتعلق بالعادات الاجتماعية والدين والحريات الفردية وبالأخص ما يتعلق بالمثلثية والعلاقات الرضائية في المجتمعات العربية والإسلامية، من خلال تقديم نماذج وضيوف وروبرتاجات تعرض في إطار قالب ثقافي موجه لمجتمعات "محافظه" برؤية فرنسا بلد "الحريات والانفتاح" وهو ما يعكس بشكل صريح السياسة التحريرية للقناة التي تتبنى سياسة الدولة الفرنسية، ومثالاً على ذلك وفي خضم مونديال قطر 2022 تطرق برنامج "في فلك الممنوع" لحلقة بعنوان "مونديال قطر: مواجهة بين المنتخب أم القيم؟" حيث كان موضوع الحلقة حول عدم احترام الحريات الفردية، من خلال قمع المثليين وعدم السماح بالمشروبات الكحولية بالملاعب، الحلقة التي تماهت إلى حد كبير و الطرح الفرنسي في قضية المونديال القطري، على اعتبار أن دولة عربية إسلامية لا ترقى لاحتضان حدث عالمي، لأن ثقافة هذه الشعوب لا ترقى لمستوى الثقافة الغربية التي تأسست بناء عليها المواثيق الدولية ومواثيق حقوق الإنسان، وبالتالي فقط لم تحترم هذه المواثيق الدولية لأن لها ملفات حقوقية تتعلق بالعمال الأجانب والحريات وهو ما يعكس تبني القناة وبشكل صريح المواقف السياسية والإيديولوجية الفرنسية على اعتبار أن فرنسا على و غرار بعض الدول الأوروبية كانت قد قاطعت مونديال قطر بحجة أنه لا يحترم القيم الإنسانية والبيئية والرياضية، وتحججت بسجل قطر في مجال حقوق الإنسان من خلال ما أشيع عن وفايات لعمالين بمنشآت وملاعب المونديال في ظروف غير إنسانية. فالخط التحريري لهذه القنوات يخدم بالدرجة الأولى مصلحة ورؤية دولها، من خلال مختلف مضامينها الإعلامية. بالإضافة لذلك يجب عدم تجاهل دور الصورة التاريخية التي أسهمت في تجسيد علاقة العرب

<sup>24</sup> محمود علم الدين: "توظيف القوة الناعمة المصرية في دعم الأمن والسلم الإفريقيين". السياسة الدولية: المجلد 54، العدد 216، أبريل 2019، ص 84.

<sup>25</sup> مروان حمادة: "الدبلوماسية والإعلام" دراسات في التاريخ والسياسة والقانون والاقتصاد، الندوة الدبلوماسية الثامنة، أبو ظبي، وزارة الشؤون الخارجية، 1980، ص 91.



والمسلمين بالغرب، والتي تشكلت وتكونت عبر عدة مراحل في العقل الغربي، فهذه العلاقة استمدت أفكارها من عدة ظروف وتوترات محلية وعالمية، وشكلت هذه الصورة التاريخية لاحالة مرجعا لأفكار وتوجهات المجتمع الغربي، وبالتالي أصبحت أحد مصادر إعلامه التي يبنى على أساسها رؤيته وتصورات حول القضايا التي تخص الشأن العربي والإسلامي. وهنا نستحضر من وجهة نظر أخرى النموذج الروسي، على اعتبار أن روسيا تركز العديد من الموارد للوصول إلى الدول النامية وبالأخص منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وبالتالي عملت على توجيه إعلامها لهذا الجمهور من خلال قناة "روسيا اليوم RT"، خاصة وأنه أكثر تقبلا لها من الجمهور في الغرب، إضافة لذلك فإن الأقلية المسلمة في روسيا باتت تشهد تزايدا وهذا المتغير الديموغرافي شكل أيضا أحد الدوافع لانخراط روسيا في الشرق الأوسط من خلال التوجه بإعلامه لهذه المنطقة، وبالتالي فإن ما تسعى إليه هذه القناة هو تبني خط تحريري يهدف لبناء مصداقية مع الجمهور العربي من خلال تبني إيديولوجية معادية للدول الغربية، وتغطية أحداث محلية يطغى عليها الطابع الإنساني، هذا التوجه يطغى على الخطاب الإعلامي الذي تطرحه القناة والتي ترمي من خلاله إبراز المشترك بين روسيا وبلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، كما تقدم روسيا في صورة البلد المتعدد ثقافيا والمتسامح دينيا من خلال احترام الأقليات العرقية والدينية وتسليط الضوء عليها وإبراز دورها باعتبارها من مكونات المجتمع الروسي، وقد تزايد هذا الاهتمام عقب الحرب على سوريا حيث سعت روسيا من خلال قناتها العربية إبراز دورها الشامل في سوريا وبأنها متحكمة في الوضع بالمنطقة، وأن ذريعتها للتدخل في سوريا هي كبح المد الإسلامي المتطرف والمتمثل خصوصا في تنظيم "داعش" حيث تعتبر روسيا هذه الأخيرة خطرا عليها وعلى المنطقة ككل. لقد كان الهدف من تحديث القناة الدولية الروسية "RT" تقوية موقع الجمهورية إقليميا واستعادة مكانتها في النظام الدولي " بالنظر إلى مساحتها الجغرافية، وتنامي قوتها العسكرية، ودورها في تشكيل السياسات العالمية، وتاريخها الطويل"<sup>26</sup>، وبالتالي خلق نظام دولي جديد متعدد الأقطاب عوض نظام القطبية الواحدة الذي تتحكم فيه الولايات المتحدة الأمريكية. وقد يفسر أيضا دخول روسيا لمنطقة الشرق الأوسط من خلال الإعلام الموجه رغبتها باستمرار فرض السيادة على الأقاليم المسلمة التابعة لخريطتها، خاصة وأنها محاطة بمجموعة من الدول الإسلامية التي يمكن أن تثار فيها رغبة المطالبة بالاستقلال كما حدث مع دول اسيا الوسطى، فبالإضافة إلى الأقلية المسلمة في روسيا فإن ستة أقاليم مسلمة لا زالت تابعة لنفوذها، ودعما ما كانت روسيا تؤكد على ضرورة احترام الأقلية المسلمة داخلها، "ومن أبرز الأمثلة في هذا الشأن تأكيد الرئيس بوتين على أن روسيا بلد متنوع الثقافات فهو بلد مسيحي ومسلم وللمسلمين الحق بالشعور بأنهم ينتمون إلى العالم الإسلامي، وأن روسيا كانت ومازالت حليفا جيوسياسيا للعالم الإسلامي"<sup>27</sup>، حيث تقوم بتسليط الضوء بين الحين والآخر من خلال برامجها بقناتها الموجهة على الثقافة والعادات والشعائر الدينية للمسلمين بروسيا وبالأقاليم التابعة لها، كما تبين مدى اهتمام روسيا بتثمين التراث الإسلامي بها، مع الحفاظ على الخطاب المعادي لأمريكا وأوروبا وهو ما يجد فيه المشاهد العربي ضالته، حيث تقدم هذه القناة الموجهة روسيا على أنها شريك تاريخي بالمنطقة وتتقاسم مع الدول العربية والإسلامية المشترك الثقافي والديني.

إن السياسة التحريرية لهذه القنوات والتي تحمل بما لا يدعو للشك توجهات سياسية ذات حمولات إيديولوجية يحدد لا محالة طبيعة ما يجب أن تعرضه هذه القنوات من مضمون إعلامي يثبت رسائل فائقة الدقة تحدد طبيعتها العلاقات الدولية.

<sup>26</sup> Yulia Kiseleva, Russia's Soft Power Discourse : Identity, Status and the Attraction of Power, POLITICS, VOL. 35(3-4), 2015.pp. 316-319

<sup>27</sup> Lili Di Puppo and Jesko Schmoller, Islam and Ethnicity in Russia Together or Apart ? : Islam and Ethnicity in Russia An Introduction, **Anthropological Journal of European Cultures**, Volume 27, No. 1 (2018). pp. 85-87





## خاتمة:

ختاماً يمكن القول أن الإعلام الأجنبي الناطق باللغة العربية ارتبط تأسيسه بسياقات متعددة، أسهمت في تحديد أسلوبه التحريري الذي بات يعتبر أحد أنواع الممارسة الدبلوماسية، أو ما يمكن تسميته بالدبلوماسية الإعلامية والتي تحكمها إلى حد كبير طبيعة العلاقات الدولية، حيث تنعكس بشكل واضح على مختلف المضامين الإعلامية بهذه القنوات، وبالتالي فإن هذه المضامين لا تعدو أن تكون سوى أحد أدوات ممارسة الهيمنة الثقافية التي تعد أحد أساليب القوة اللينة الذي اتخذته معظم الدول ذات التاريخ الاستعماري أسلوباً إلى جانب القوة العسكرية، وهو ما يظهر من خلال هذا النوع من الخطاب الإعلامي الموجه لإحتمالية تأثيره بالفكر الكولونيالي الذي يعجز أحياناً عن التخلص من ثقافة الاختلاف والغيرية النابعة من فكر الإمبراطوريات وتمثلاتها للأنا والآخر..



#### المراجع والمصادر:

#### ✓ المراجع باللغة العربية:

- إسماعيل عبد الحافظ العبسي: "إعلام الفضائيات الغربية الناطقة باللغة العربية وتأثيره على التحليل المعرفي للصحفيين دراسة نقدية"، ط1، نور حوران للدراسات والنقد، دمشق، 2019.
- جمال الزرن: "تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية"، دار صفحات للطباعة والنشر، دمشق، 2007.
- راسم محمد الجمال: "نظام الاتصال والإعلام الدولي (الضبط والسيطرة)"، 2، لدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- سليمان صالح: "ما تأثير وسائل الإعلام في العمل الدبلوماسي وتشكيل العلاقات الدولية؟"، [www.aljazeeramubasher.net](http://www.aljazeeramubasher.net)
- عبد الرزاق محمد الدليمي: "الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2011.
- عبد الله زلطة: "الإعلام الدولي في العصر الحديث"، ط2، دارالفكر العربي، القاهرة، 2003.
- عبد الوهاب الرامي: "الجامع في أخلاقيات الصحافة"، إصدار مشترك بين معهد الجزيرة للإعلام (قطر)، والمجلس الوطني للصحافة (المغرب)، ط1، 2023.
- علي جبار: "الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه الى المشاهد العربي"، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، تونس، 2010.
- فؤاد بن حالة: "الحرب الإذاعية"، ترجمة: انشراح الشال، ط3، دار الفكر العربية، القاهرة، 1993، ص51.
- ماجي الحلواني: "الإعلام الموجه"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983.
- محمد العويني: "الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1990.
- محمود علم الدين: "توظيف القوة الناعمة المصرية في دعم الأمن والسلم الإقليميين" السياسة الدولية: المجلد، 54، العدد، 216 أبريل 2019.
- مروان حمادة: "الديبلوماسية والإعلام" دراسات في التاريخ والسياسة والقانون والاقتصاد، الندوة الديبلوماسية الثامنة، أبو ضبي، وزارة الشؤون الخارجية، 1980.
- نهي العبد: "اعتماد الرأي العام على القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات: العدوان الإسرائيلي على غزة نموذجاً"، المؤتمر العالمي الخامس لشعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام أخلاقيات ممارسة العمل الإعلامي، القاهرة.

#### ✓ المراجع الأجنبية:

- Cull, Nicholas J. "The long road to public diplomacy 2.0: the internet in US public diplomacy". International studies review: Volume 15, No.1, March 2013.
- Lili Di Puppo and Jesko Schmoller, Islam and Ethnicity in Russia Together or Apart?: Islam and Ethnicity in Russia An Introduction, **Anthropological Journal of European Cultures**, Volume 27, No. 1 (2018).
- Yulia Kiseleva, Russia's Soft Power Discourse : Identity, Status and the Attraction of Power, POLITICS, VOL. 35(3-4), 2015.