

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأنبار - كلية الآداب
قسم الإعلام

مادة الصحافة الدولية
أ.م.د. عقيل الخفاجي
المرحلة الثالثة/صحافة
الكورس الثاني

٢٠١٩ - ٢٠٢٠

محاضرات مادة الصحافة الدولية/المرحلة الثالثة/صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (١) : ماهية الصحافة الدولية ومشكلاتها

تعريف الصحافة الدولية :

هي كل الدوريات التي تصدر بانتظام في دولة ما ويمتد توزيعها إلى العديد من الدول الأخرى
مثل : (الشرق الأوسط – الحياة – تايمز – واشنطن بوستن)

وتعرف كذلك الصحافة الدولية بأنها :-

الصحف التي توجه إلى جماهير القراء في دولة أخرى خارج حدود الدولة التي تصدر فيها
الصحيفة، ومن ثم تراعي اهتمامات ولغة هذا القارئ الذي تتوجه إليه خارج الحدود، فتصدر بلغة
يجيد قراءتها، سواء كانت لغته الوطنية أو لغة أخرى، كما تعرف بأنها (تلك الصحف التي تصدر
لتوزع خارج الدولة نفسها، بمعنى أنها تعبر حدود وطنها، وتتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير
البلاد التي تصدر فيها).

تواجه الصحافة الدولية العديد من المشكلات أهمها :-

- 1 - المشكلة الأولى <_____> الصعوبات المالية
- 2 - المشكلة الثانية <_____> المصادقية
- 3 - المشكلة الثالثة <_____> عقبات تواجه المراسلين

١- الصعوبات المالية :- يقصد بذلك عنصر التمويل الذي يقف عائقاً أمام إصدارات طبعات
دولية لصحف على مستوى أقل من الجيد .

٢- عنصر المصادقية :- تواجه الصحافة تحدي حقيقي لمدى مصداقيتها خاصة بعد أن تبين
وجود استغلال من أجهزة المخابرات للصحافة الدولية وخاصة المراسلين الخارجيين حيث

تدفع هذه الأجهزة أموالاً لبعض المراسلين بهدف تزويدهم بالمعلومات ، والأخطر من ذلك أن أجهزة المخابرات أحيانا تتسلل إلى هذه الصحف بتعيين عملاء لها كمراسلين ولا شك أن نتيجة ذلك يهز الثقة في الصحافة الدولية وقد يصل الأمر لأجهزة المخابرات للسيطرة التامة على مطبوعات دولة معينة .

٣- العقبات التي تواجه المراسلين :- يمثل هذا التحدي في بعض المشكلات التي تواجه المراسلين في الصحافة الدولية ومنها :

- أ- تضع بعض الدول صعوبات وتحديات تمنع وصول بعض المراسلين إلى مصادر الأنباء..
- ب- يتم أحيانا منع المراسل الصحفي من دخول الدولة أساسا .
- ج- فرض رقابة قاسية على البرقيات والتغطيات الصحفية .
- د- يواجه بعض المراسلين أخطار صحية أثناء تغطية النزاعات المسلحة والحروب .

مثال / سجلت منظمة العفو الدولية أن هناك ١٠٤ مراسل مسجون و ١٠٠٠ مراسل مفقود في ٢٥ دولة --- وأوضحت المعلومات التي جمعها معهد الصحافة الدولي عن فترة مدتها ١٥ شهر عن اغتيال ٢٤ صحفي ،، وجرح وتعذيب ٥٧ صحفي بجانب تعرض ١٤ صحفي إلى هجمات بالقنابل .

محاضرات مادة الصحافة الدولية/المرحلة الثالثة/صحافة

اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٢) : وظائف الصحافة الدولية

ونحن في أمس الحاجة أكثر من أي وقت مضى لمعلومات عن الظروف المحيطة بنا، وتصلنا هذه المعلومات وبسرعة فائقة ودقة كبيرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية التي باتت تستخدم أحدث وسائل الاتصال المزودة بأحدث المعدات الإلكترونية والتجهيزات المتطورة باهظة التكاليف، تلك المعلومات التي تساعدنا على اتخاذ القرارات وتنفيذها. وأصبحت الدولة أكثر من ذي قبل تشارك عن طريق ممثليها في التأثير على مجرى الحياة الاجتماعية في الداخل والخارج من خلال سياساتها الداخلية والخارجية مستعينة بوسائل الإعلام الجماهيرية، وأصبحت المصالح الوطنية العليا للدولة أكثر تأثيراً في عملية اتخاذ القرارات على الصعيدين الداخلي والخارجي. ودخلت وسائل الإعلام الجماهيرية القرية والمدينة والتجمعات السكانية أينما كانت، وتحولت إلى نظام مفتوح أمام قوى التغيير الآتية من الداخل ومن الخارج، وأصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية التي كانت يوماً ما تصل إلى جمهور محدود وبتأثير محدود، تصل اليوم إلى كل سكان العالم تقريباً، لتؤثر على آراء الناس وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم، فالصحيفة والمجلة والكتاب الذي كان يقرؤه في الماضي عدد محدود من الأفراد، يقرؤه اليوم ملايين البشر، مطبوعاً أم منقولاً عبر البريد الإلكتروني وشبكات الكمبيوتر المتطورة، والبرنامج الإذاعي الذي كان يسمعه الناس في دائرة محدودة أصبحت تسمعه الملايين من البشر في مناطق متباعدة من العالم، والبرنامج التلفزيوني الذي كان حكراً على منطقة جغرافية محدودة أصبح اليوم في متناول المشاهد عبر قارات العالم. وأجهزة الاتصال الحديثة حلت مكان المبرقات التلغرافية القديمة، مما جعل الناس يؤمنون بأن تلك الوسائل قادرة على التأثير في المجتمع وتغييره بشكل أساسي ليس على الصعيد المحلي وحسب، بل وعلى الصعيد العالمي. وبرز كإعلام دولي له مكانته وتأثيره ووظائفه. وكما كان للإعلام الدولي

دوافعه المحددة، كما أشرنا سابقاً، فله وظائف محددة أيضاً يؤديها تنفيذاً للدور الذي تفرد له السياسة الخارجية للدولة، وهي:-

١- الاتصال بالأفراد والشرائح الاجتماعية والجماعات والكتل السياسية والمنظمات

داخل الدولة التي يمارس نشاطاته الإعلامية داخلها، وتتمثل بالحوار مع القوى المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي من شخصيات وأحزاب وكتل برلمانية، سواء أكانت في السلطة أم في المعارضة على السواء، للوصول إلى الحد الأقصى من الفاعلية التي تخدم السياسة الخارجية لبلاده، وتخضع عملية الاتصال عادة لمعطيات هامة من حيث المواقف من القضايا المطروحة قيد الحوار ومواقف السلطة والمعارضة منها والخط السياسي الرسمي للدولة حيالها. وتتراوح هذه المواقف عادة ما بين المؤيد التام، والمؤيد، والحياد التام، والحياد، والمعارضة التامة، والمعارضة، والعداء التام، والعداوة، ولهذا كان لابد من التحديد الدقيق للموقف السياسي للدولة، والمواقف الأخرى، للعمل على كسب التأييد اللازم لصالح القضايا المطروحة للنقاش، والعمل على زحزحة المواقف السياسية المعنونة للدولة، لصالح تلك القضايا. أو خلق مناخ ملائم للحوار الإيجابي على الأقل. كما ويجب الأخذ بعين الاعتبار أيضاً طبيعة النظام السياسي السائد في تلك الدولة، ومدى ديمقراطية هذا النظام، وطرق اتخاذ القرارات السياسية في ظل النظام السياسي القائم، ومدى المشاركة الفعلية لكل القوى السياسية الموجودة في اتخاذ تلك القرارات، لأن الاتصال بال جماهير الشعبية في أي دولة يتم من خلال تلك القوى التي تمثل النخبة المؤثرة، أولاً: بين أصحاب الحق باتخاذ القرارات؛ وثانياً: على الجماهير الشعبية، التي هي بمثابة قوة ضاغطة على أصحاب حق اتخاذ القرار، ومن هنا نفهم مدى أهمية إمام خبراء الإعلام والمخططين للحملات الإعلامية الدولية، بالنظم السياسية للبلدان المستهدفة والقوى المؤثرة فيها سلطة أم معارضة، ودور كل من تلك القوى في اتخاذ القرارات لاستخدامها في التخطيط للحملات الإعلامية المؤيدة أو المضادة آخذين بعين الاعتبار الحقائق الاجتماعية والثقافية التي تساعد على نجاح الحملات الإعلامية الدولية.

٢- الاتصال المباشر بالجماهير الشعبية، عن طريق وسائل الإعلام والاتصال

الجماهيري ومن خلال النشرات الإعلامية، والمؤتمرات الصحفية، والمقالات، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والإلكترونية، والعروض السينمائية والمسرحية، وأفلام الفيديو، وإقامة المعارض الإعلامية، وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات، وغيرها من الوسائل التي تتيح أكبر قدر ممكن من الصلات المباشرة مع الجماهير، للوصول إلى تأثير إعلامي أفضل وأكثر فاعلية. وتأخذ بعض الدول لتحقيق سياستها الخارجية أسلوب مخاطبة الجماعات المؤثرة فقط، وتوفيراً للنفقات التي تترتب من جراء استخدام أسلوب الاتصال بالجماهير الشعبية العريضة، وتوفيراً

للوقت الذي يستغرق مدة أطول من الوقت اللازم عند مخاطبة قطاعات وشرائح اجتماعية متباينة من حيث المصالح والتطلعات، ومستوى التعليم، والثقافة، والاتجاه الفكري. ومزاجية الجماهير العريضة في متابعة القضايا المطروحة، المحصورة في بوتقة اهتمامات شريحة اجتماعية معينة فقط، ولأن أسلوب الاتصال الفعال بالجماهير الشعبية يحتاج أيضاً لإمكانيات كبيرة ووسائل متعددة، تفتقر إليها الدول الفقيرة والنامية بينما نراها متوفرة لدى الدول الغنية القادرة من حيث الإمكانيات المادية والتقنية والخبرات الإعلامية، التي تمكنها من استخدام الأسلوبين في آن معاً.

٣- ويمثل الإعلام الدولي الدولة أو المنظمة التي ينتمى إليها، سواء أكانت محلية أم إقليمية أم دولية أم متخصصة أم تجارية، كمكاتب الأمم المتحدة ومؤسساتها المتخصصة في العديد من دول العالم، ومكاتب منظمة الوحدة الإفريقية، والجامعة العربية، والأوبك، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، ومنظمة التعاون لدول الخليج العربية، والسوق الأوروبية المشتركة، ومنظمة شنغهاي للتعاون، ورابطة الدول المستقلة، ورابطة أوروبا الاقتصادية، وغيرها من المنظمات الدولية والإقليمية. ونحن عندما نرى اليوم الدول الغنية تستخدم كل تقنيات وسائل الاتصال الحديثة في خدمة حملاتها الإعلامية الدولية، ومن أبسط صورها القنوات التلفزيونية الفضائية، بعد انتشار استعمال هوائيات استقبال البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية في المنازل، وشيوع استخدام شبكات الكمبيوتر بشكل واسع، ومن أهم هذه الشبكات، شبكة الكمبيوتر العالمية " إنترنت " التي تملكها وتديرها الولايات المتحدة الأمريكية، دون منافسة تذكر حتى الآن. بينما نرى الدول النامية تتخبط بمشاكلها الإعلامية، وتعاني من الآثار المترتبة عن التطور التكنولوجي الحديث، والخلل الفاحش في التدفق الإعلامي الدولي أحادي الجانب والتوجه والتأثير.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٣) : مشاكل الصحافة الدولية في الدول النامية

مشاكل الصحافة الدولية في الدول النامية(دول العالم الثالث):-

ورغم الجهود الحثيثة التي بذلتها وتبذلها الدول النامية والفقيرة حتى اليوم، للخروج من المأزق الإعلامي التي تعاني منه، نراها تتخبط حتى اليوم بمشاكلها الإعلامية التي تزداد تشعباً وتعقيداً كل يوم، بسبب التطور العلمي والتكنولوجي الهائل في ميدان وسائل الاتصال الحديثة، ووسائل الإعلام الجماهيرية حتى على الصعيد الوطني، ومن أهم هذه المشاكل :-

١ - الخلط بين الوظيفة الإعلامية الدولية، والوظيفة الإعلامية الإقليمية، والوظيفة الإعلامية المحلية، ومتطلبات كل من تلك الوظائف وخصائصها المتميزة.

٢ - الخلط بين السياسات الداخلية والإقليمية والخارجية للدولة عند التخطيط للحملات الإعلامية الدولية.

٣ - الارتباك في تحديد الأولويات؛ وضعف أجهزة وتقنيات المؤسسات الإعلامية الوطنية، واقتارها للمعدات والتجهيزات المتطورة، والإمكانيات المادية اللازمة للحملات الإعلامية الدولية، أو استخدامها للإعتمادات المالية المتاحة بشكل سيء، أو بشكل غير فعال في الأغراض المطلوبة.

٤ - سطحية المساعدات الخارجية التي تحصل عليها تلك الدول من الدول الغنية، والمنظمات الدولية المتخصصة.

٥ - النقص الفاضح في الكوادر الإعلامية المتخصصة بالإعلام المحلي والدولي، وندرة أصحاب التخصص الأكاديمي بينهم، مما يؤدي إلى:-
اختيار كوادر غير كفوءة للعمل الإعلامي الدولي، لاعتبارات سياسية في أكثر الأحيان، وهذا بدوره يؤدي إلى:-
غياب التنسيق بين المخطط والمنفذ وأجهزة المتابعة، في الحملات الإعلامية الدولية؛ وضعف الإلمام بخصائص الجمهور الإعلامي الأجنبي، وعدم وضع أسلوب إعلامي منطقي ملائم ومتطور قادر على إيصال مضمون الرسالة الإعلامية للجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية الدولية؛ وغياب التعاون وحتى التنسيق بين المؤسسات الإعلامية، ومؤسسات التعليم العالي المتخصصة ومؤسسات البحث العلمي، فيما يخص إعداد الكوادر الإعلامية الوطنية والبحوث العلمية والتطبيقية، وخاصة فيما يتعلق بدراسة راجع الصدى الإعلامي وتأثير المادة الإعلامية، وفاعلية الخطط الإعلامية. والاكتفاء بدلاً عن ذلك بالبحوث النظرية البحتة التي تتناول الجوانب الوصفية والتاريخية فقط، مبتعدة عن الدراسات التي تتناول جوهر التخطيط، وتحليل مضمون الرسائل الإعلامية، وتقدير راجع الصدى الإعلامي المخطط له وراجع الصدى الفعلي للمواد والوسائل الإعلامية.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٤) : الصحافة الدولية والصراعات الدولية

يعاني عالم اليوم من صراعات سياسية ومنازعات عسكرية عديدة، وقد بينت السوابق التاريخية أن لكل صراع أبعاداً داخلية، وأبعاداً إقليمية، وأبعاداً دولية، وعناصر قوى يجب مراعاة التفاعل بينها، وتأثير هذا التفاعل على تطور الصراع بشكل عام، بقصد التعامل مع هذا الصراع ومعالجته بالشكل المناسب، وهذا لا يمنع وجود عناصر مشتركة بين الصراعات المختلفة، يمكن الاستفادة منها عند معالجة تلك الصراعات أو التعامل معها. وتعتمد النتائج النهائية لأي صراع من الصراعات، على عناصر القوة المتوفرة لدى كل طرف من أطرافه، وتضم هذه العناصر القوى العسكرية، والمعلوماتية، والتكنولوجية، والإمكانيات الاقتصادية، والسياسية، والبشرية، والحالة المعنوية للقوى البشرية، كما وتعتمد على مسائل أخرى كعناصر المفاجأة، وتطوير الإستراتيجية والتكتيك، واللجوء إلى أساليب جديدة غير معروفة من قبل، مما تجعل عملية التنبؤ بنتائج الصراع صعبة جداً، وفي بعض الأحيان غير مجدية، إضافة للإمكانيات الذاتية للأشخاص القائمين على إدارة الصراع، ومدى توفر المعلومات لديهم، والتقنيات والأدوات الحديثة التي يستخدمونها في الصراع. فصانع القرار في عملية الصراع يبني قراره على معطيات ملموسة أولاً، وعناصر غير ملموسة تشمل الخصائص النفسية والحالة المعنوية للخصم ثانياً.

وتقتضي معالجة أي صراع الاعتماد على العقلانية وبعد النظر واستبعاد العواطف والانفعالات. لأن عملية معالجة أي صراع هي عملية معقدة وشاقة، ونابعة أساساً من عناصر القوى المشاركة فعلاً في الصراع من الجانبين، ومبنية على الحسابات الدقيقة والخطط الموضوعية، والمستخدمة فعلاً من قبل طرفي الصراع. وتتنوع أدوات الصراع، عندما تقتضي ظروف الصراع اللجوء إلى القوة العسكرية تارة، وإلى القوة الاقتصادية تارة أخرى، أو إلى العمل السياسي والدبلوماسية الهادئة في حالات أخرى، أو قد يلجأ الجانبان المتصارعان إلى استخدام القوة العسكرية، والاقتصادية، والسياسية، والدبلوماسية في آن معاً، مستخدمين المرونة في تكتيك إدارة الصراع وفقاً لطبيعة الظروف المتبدلة محلياً وإقليمياً ودولياً. ولكن يبقى دور وسائل الإعلام الجماهيرية في عملية الصراع متمثلاً بتعبئة الرأي العام المحلي والعالمي حول وجهة النظر الرسمية للدولة من الصراع الدائر، وشرحها، وتغطية أخبار أهم أحداثها تباعاً. وشرح وتحليل أبعاد هذا الصراع وأسبابه، مع مراعاة أن يأخذ خبراء الإعلام والصحفيون بعين الاعتبار، خصائص الجمهور الإعلامي المخاطب ثقافياً وسياسياً وتاريخياً، ومدى تعاطفه مع وجهة النظر الرسمية للدولة المعنية في هذا الصراع، واختيار اللغة المناسبة للرسالة الإعلامية لتصل إلى أقصى حد ممكن من التأثير والفاعلية. لأن سلاح الإعلام في أي صراع كان لا يقل أهمية عن القوة العسكرية والاقتصادية، وهو الوسيلة الناجعة لرفع معنويات القوى البشرية في الدولة المعنية، وتحطيم الروح المعنوية للخصم في الصراع الدائر، والإعلام الناجح هو السند القوي للكفاح على الجبهة السياسية والعمل الدبلوماسي الهادئ والرصين والمنطقي.

ولكننا نرى أن الدراسات الإعلامية في الدول المتخلفة لم تنزل حتى الآن محصورة في إطار مساقات الإعلام التي تدرس في الجامعات، وبارتباط بالإشكاليات الظرفية والمكانية والمناخ السياسي والاقتصادي والتنموي الذي تعمل فيه وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية المعنية، دون الاعتماد على الظروف التاريخية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية، والإستراتيجية الموضوعية بالكامل، وهي نفس الظروف التي تحيط بالإعلام العربي كما هي الحال في معظم الدول الإفريقية والأمريكية اللاتينية والآسيوية. وتشير الدراسات الإعلامية إلى أنه إعلام لا يتجاوز كونه وسيلة ناقلة للخبر أو المعلومة وليس أكثر من ردة فعل على ما توردته وسائل الإعلام الدولية، في الوقت الذي أخذت فيه الشبكات العالمية بالبث من داخل بعض الدول وبلغاتها القومية ومنها شبكة "MTV" العالمية التي تجري استعداداتها لتدشين قناتها العربية انطلاقا من دبي في نهاية العام الجاري ٢٠٠٧، عبر شراكة مع المجموعة العربية للإعلام. وبالرغم من الكم الكبير للقنوات الغنائية والشبابية العربية، إلا أن مسؤولي "MTV" العربية واثقون من قدرتهم على المنافسة، غير عابئين بحجمها.

فقد أشار عبد اللطيف الصايغ رئيس مجلس إدارة المجموعة الإعلامية العربية إلى أن "شراكتنا مع شبكة "MTV" العالمية تعد خطوة هامة في إطار رؤيتنا الإستراتيجية بعيدة المدى والخاصة بإطلاق قناة دولية مخصصة لعرض البرامج الموسيقية والثقافية العربية، وأضاف لا شك من أننا مسرورين لإطلاق قناة "MTV العربية"، ونتطلع نحو تحقيق المزيد من فرص النمو في المنطقة". وتتضمن الخطة البرمجية للقناة عرض الأغاني المصورة، والبرامج المتخصصة بالموسيقى، ونخبة من برامج المنوعات، وتلفزيون الواقع، والمسلسلات الكوميدية والدرامية، وتقديم نشرات الأخبار، والمقابلات والبرامج الوثائقية، كما ستقدم قناة "MTV"

العربية، بالإضافة إلى برامج قناة "MTV" العالمية التي لاقت شعبية واسعة، برامج تعالج القضايا المحلية لتلبية احتياجات جمهور الشباب العربي بشكل خاص. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن قنوات "MTV" تم إطلاقها في عام ١٩٨١ في وقت كانت فيه خدمات البث التلفزيوني عن طريق الكابلات لا تزال في بداياتها الأولى، ومنذ ذلك الوقت شهدت الشبكة تطورات هائلة لتصبح من أكبر الشبكات التلفزيونية في العالم، من خلال كونها جزءاً من ثقافة الشباب، وتنوع الثقافات في العالم.

وعلى مستوى الدول العربية جاءت المملكة العربية السعودية في المرتبة الثانية بعد مصر التي بلغ الإنفاق الإعلاني فيها ٦٢٣ مليون دولاراً أمريكياً، ثم دولة الإمارات العربية المتحدة ودولة الكويت، في حين احتلت لبنان المرتبة الخامسة بحجم إنفاق بلغ ٢٩٩ مليون دولاراً أمريكياً خلال العام الذي انتهى في أبريل ٢٠٠٤، وما هذا إلا دليل يشير إلى حقيقة انتشار وسائل الإعلام العربية وجذبها للمعلنين وهو ما تم دراسته في الوقت التي نرى ندرة وسطحية الدراسات الوطنية التي تتناول الجوانب الإعلامية الأخرى.

وهذا في الوقت الذي أشارت إحصاءات شركة فوريستر كما ذكرت البي بي سي إلى أن الإعلانات الالكترونية في أوروبا ستبلغ ٢٢ مليار دولاراً أمريكياً بحلول عام ٢٠١٢ وهذا يعني ضعف القيمة المسجلة في العام ٢٠٠٦ وما يعني أن الإعلانات الالكترونية ستسجل ما قيمته ١٨% من إجمالي الإنفاق الإعلاني حينها، بينما هي ٦% الآن. وهو ما يحتاج أن يأخذ المسؤولون والمخططون الإعلاميون العرب هذا بعين الاعتبار، خاصة وأن عدد مستخدمي موقع "ويكبيديا" الإلكتروني زاد بواقع ٢٠ مليون مستخدم شهريا خلال العام الماضي ٢٠٠٦ ليصل الإجمالي إلى ٤٦,٨ مليون حسب ما ذكرته إحصاءات شركة "تيلسن

نت رايتينغز"، و"ويكيبيديا" الموسوعة الكترونية المفتوحة التي باتت أحد مراجع المعلومات والأخبار العالمية.

وفي دراسة أجرتها شركة "هيل اند نولتن - الشرق الأوسط"، اعتبر ٩٤% من المسؤولين الإداريين في الشرق الأوسط أن السمعة المؤسسية هي في غاية الأهمية، وأضاف ٧٧% منهم أن السمعة هي إحدى ٣ أهم عوامل ينظر إليها المستثمرون، وكانت أعلى النتائج في دولة الكويت حيث قال مسؤولي هيل اند نولتن أنها من أكثر بلدان الخليج نشاطا في مجال برامج المسؤولية المؤسسية.

مكان الصحافة العربية في الصراع:-

رغم عراقة الصحافة العربية وخبرتها التي تشير إليها بعض الدراسات الإعلامية وتذكر أن الصحافة أخذت بالانتشار في الدول العربية منذ القرن التاسع عشر، وأن دولة الكويت أو مملكة البحرين أو إمارة دبي لم تكن أولى المناطق التي ظهرت فيها الطباعة والصحافة من بين دول مجموعة "دول مجلس التعاون الخليجي"، كما تُعرف الدول الخليجية اليوم، بل كانت الحجاز العثمانية السبّاقة بعد بلاد الشام العثمانية ومصر، حيث تأسست عام ١٨٨٢ مطبعة "حجاز ولايتي مطبعة سي" ولم تدخل أولى المطابع إلى البحرين إلا عام ١٩٣٤، ودخلت دولة الكويت بعد ذلك بسنوات، وكانت الحجاز المكان الذي شهد أولى التجارب الصحفية الخليجية مع صدور جريدة "الحجاز" عام ١٩٠٨ و"شمس الحقيقة" في العام التالي، ورغم مضي أكثر من ٧٥ عاماً على صدور أول مجلة كويتية، في مارس/آذار ١٩٢٨، عندما صدر العدد الأول من مجلة "الكويت"، التي أشارت على صدر غلافها بأنها "مجلة دينية تاريخية أدبية أخلاقية، تصدر في الكويت"، وكان الشيخ عبد العزيز الرشيد، مؤرخ الكويت المعروف، يعد مواد المجلة في الكويت، وبعد ذلك من مقر إقامته المؤقت في البحرين بعد انتقاله إليها، وكان يطبعها في "المطبعة العربية" بالقاهرة، التي كان يملكها ويديرها الشاعر والأديب السوري خير الدين الزركلي، في مصر، ليكون الكويتيون بذلك أول من مارس التعاون الإعلامي العربي منذ مطلع القرن الماضي. وقد بلغ عدد المشتركين في المجلة قرابة الثلاثمائة شخص وهيئة، واستمرت في الصدور حتى مارس/آذار من عام ١٩٣٠، وكان الرشيد خلال سنتي الصدور القصيرتين، منشئ المجلة وصاحبها ورئيس تحريرها ومديرها المسؤول، إلى جانب قيامه بدور المراسل،

والموزع، والمحاسب، بعد أن وافق أمير دولة الكويت آنذاك على إصدار المجلة، بشرط أن يطلعها الشيخ عبد العزيز الرشيد على محتوى العدد الأول منها، وقرر الأمير أحمد الجابر أن يكون الشيخ يوسف بن عيسى القناعي مراقباً على المجلة. وكانت بداية لـ"الرقابة" في الحياة الصحفية الكويتية، وشهد النشر في دولة الكويت منذ تأسيسه مظاهر سلبية عديدة، ومظاهرة إيجابية نتمنى لها الانتشار في بقية دول الخليج والعالم العربي، ألا وهي إعادة إصدار طبعات من الصحف والمجلات القديمة، لوضعها بين أيدي الباحثين المعاصرين. وبعد مرور كل هذه السنوات على بداية الحياة الصحفية منذ عام ١٩٢٨، وصدور صحف يومية، وعدد كبير من المجلات باللغة العربية، لم تزل الكويت مثلها مثل الدول العربية الأخرى، بحاجة ماسة إلى الدراسات والاستبيانات والإحصائيات التي تعطي المسؤولين والكاتب والقارئ معاً تصوراً دقيقاً عما تتناوله المواد الصحافية المنشورة وصدى راجعها الاعلامي والفكري والتقني والعلمي.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة

اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٥) : تجربة الصحافة الأمريكية كنموذج للصحافة الدولية

١ - يو إس أي تودي (USA. Today) :-

يعتبر ١٥ سبتمبر ١٩٨٢م تاريخاً مهماً في الصحافة الحديثة في العالم ، فقد صدرت صحيفة يو إس أي تودي USA. Today في الولايات المتحدة الأمريكية . وتعد هذه الصحيفة بما احتوته من مضامين وأشكال إخراجية وقوالب تحريرية ثورة في عالم الصحافة . ويمكن أن يؤرخ لها أنها بداية عصر جديد في الصحافة الدولية المعاصرة . ويرجع الفضل في تأسيس هذه المدرسة إلى الصحافي الشهير نيوهارث Allen Neuharth الذي لطالما راوده حلم تأسيس صحيفة وطنية جديدة في الولايات المتحدة تعتمد على مدرسة صحافية جديدة منذ السبعينات الميلادية من القرن العشرين . لا سيما أن الولايات المتحدة على الرغم من أنها تمتلك أكثر من ١٦٠٠ صحيفة يومية إلا أنها تفتقر لوجود صحف وطنية توزع على مستوى الدولة . ولم توجد على مدى العقود الماضية سوى ثلاث صحف هي وول ستريت جرنال Wall Street Journal وصحيفة كرستيان ساينس مونيتر Christien Science Monitor وصحيفة نيويورك تايمز New York Time – وخاصة عددها والأسبوعي ليوم الأحد الذي يلقي إقبالا كبيرا من مختلف شرائح القراء في مختلف الولايات المتحدة .

وجدت صحيفة يو إس أي تودي موجة من الإنتقادات وخاصة من الإعلاميين في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث لم تجد القبول منهم. فعلى سبيل المثال ذكر بين برادلي Bradley من صحيفة واسنطن بوست إنه اذا اعتبر احد أن يو إس أي تودي صحيفة من الصحف الجيدة، فإن أعتبر نفسي من خارج منسوبي صناعة الصحافة. وذكر إدورد سيرز Sears مدير تحرير صحيفة أتلانتا جورنال إن قراءة صحيفة يو إس أي تودي أشبه بقراءة دليل التلفزيونات (الصفحات الصفراء yellow pages). بل أضاف احد المحررين ديفيد هول Hall من صحيفة سينت بول إن قراءة هذه الصحيفة تشبه قراءة الإذاعة (يشير إلى تهكم واضح بالصحيفة).

اتجهت الصحيفة عند تأسيسها إلى شرائح معينة في المجتمع الأمريكي بناء على دراسات تسويقية هدفت إلى تأسيس قاعدة من القراء . وتحديدا اتجهت الصحيفة إلى أربع شرائح كانت ترى أنها يمكن أن تشكل لها هذه القاعدة للانطلاق نحو مفهوم الصحيفة الوطنية:-

١. **جيل الطفرة الاقتصادية** وهم هؤلاء الذين ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية ، وتحديداً بين عامي [١٩٤٦ – ١٩٦٤ م]. وهؤلاء هم الذين يقودون الحياة العامة في المجتمع الأمريكي ، وكانت أعمارهم عند صدور صحيفة USA TO Day على ١٩٨٢م تتراوح بين أعمار ١٨ عاماً و ٣٦ عاماً . وتشير الدراسات السكانية إلى أن هذه الشريحة كانت تمثل ٧٨ مليون فرد في المجتمع الأمريكي .

٢. **الجماهير الرياضية** :- وتشكل نسبة ثلاثين في المائة من مجمل السكان وهم – في مجملهم رجال – يعشقون الرياضة ويتطلعون دائماً إلى متابعة الألعاب الرياضية ويتعاشون مع نجوم الرياضة في مختلف الألعاب . وقد قدم التلفزيون تغطيات متنوعة لهؤلاء النجوم والرياضيين ولهذا تأتي هذه الصحيفة للتوجه إلى هؤلاء بطريقة تكون في مستوى جاذب لهذه الجماهير العريضة من عشاق الرياضة .

٣. **جماهير السفر والسياحة** :- وهؤلاء يشكلون أرقاماً مهمة من القراء الذين يتعطشون لمعرفة ما يدور في شئون اهتماماتهم المحلية عندما يغادرون ويساندون في رحلات عمل أو زيارات ترفية .

٤. **جماهير العزاب** وخاصة هؤلاء الذين يعيشون بعيداً عن أهاليهم وأقاربهم ، فقد توجهت الصحيفة إليهم لنقدم لهم كل ما يحتاجونه وهم في وحدتهم وغربتهم .

وخلال السنوات الأولى بعد صدور صحيفة (USA TO Day) حاولت صحف أخرى استنساخ هذه الصحيفة بتعديلات معينة أملاً في مواكبة النجاح الذي لاقته الصحيفة . فمثلاً حاول البليونير الإعلامي المكسيكي (إيميليو ازكراجا Azcaraage مع عدد من الصحافيين وفي مقدمتهم الصحافي فرانك ريفورد Deford استنساخ صحيفة شبيهة ليواس أي تودي أسموها The National ولكنها رياضية بحتة ، ولكنهم أخفقوا في الحصول على الدعم الإعلاني لمواكبة تكاليف مثل هذا الإصدار وبينما تصل المساحات الإعلانية في معظم الصحف الناجحة إلى حوالي ٥٠% من مجمل المساحة ، إلا أن هذه

الصحيفة الرياضية لم تحظ إلا بحوالي (10%) مما اضطرها إلى التوقف، وخاصة بعد أن أصدرت صحيفة (USA Today) ملحقاً أسبوعياً عن لعبة البيسبول . وقد كان ألن نيوهارث مع مؤسس صحيفة يو اس أي تودي قد رفضوا أن تكون هذه الصحيفة رياضية بحتة وفضلوا أن تكون ذات اهتمام رياضي كبير بدلاً من ذلك ، ويسقط صحيفة (The National) يعطي توقعات المؤسسين نظرة صاقبة في اختيارهم أن تكون هذه الصحيفة ذات صبغة عامة ولا تكون مقتصرة على مضمون واحد.

وظهرت صحيفة أخرى في مدينة سانت لويس عام ١٩٨٩م اسمها (The St. Louis San) موجهة إلى جيل الطفرة الاقتصادية ولكنها أخفقت كذلك بعد عدة أشهر ، ولم تنجح هذه الصحيفة إلا في كونها أجبرت الصحيفة المحلية المنافسة لها على تطوير ذاتها وتحسين مستواها .

وقد انطلقت صحيفة يو أس أي تودي عند صدورها في شكل إخراجي جديد ، عبارة عن أربعة أقسام Sections يتحلى كل قسم بلون مميز ، فقد أخذ القسم الأول الإخباري اللون الأزرق ، والقسم الثاني عن الرياضة اللون الأحمر ، والقسم الثالث عن الاقتصاد اللون الأخضر ، والقسم الرابع عن الحياة (المجتمع) اللون البنفسجي ، واتسمت الصحيفة بالصور الملونة في كل صفحاتها ، ولكن بشكل ملفت في الصفحة الأولى والصفحات الأولى من كل قسم ، كما اتخذت الصحيفة لغة مختصرة ومركزة لكل أخبارها وموضوعاتها ، وتحمل الصحيفة في كل قسم من أقسامها قصة صحافية رئيسية يتم استكمالها في الصفحة التالية ، وهي الموضوع الوحيد الذي يحمل بقية ، حيث أن الموضوعات الأخرى في الصحيفة لا تحمل أي بقيات في صفحات داخلية . وهي بهذا الإجراء تحل مشكلة يعاني منها القراء في تقليب الصفحات بحثاً عن بقايا موضوعات سابقة . وتحاول الصحيفة منذ تأسيسها في التنوع في الموضوعات بحيث يتمكن القارئ من معرفة الكثير من الموضوعات ولكن القليل من التفاصيل في هذه الموضوعات . كما حاولت الصحيفة أن تقدم للقراء وجهات نظر مختلفة ومتباينة من خلال صفحات الرأي والافتتاحيات، فقد حرصت أن تبث يومياً افتتاحياتها في تناول الرأي والرأي الآخر . من أي موضوع تكتب عنه.

ومن أهم ما تميزت به صحيفة (USA. Today) الرسوم الجرافيكية التي تشرح وتفسر وتصف الأحداث والموضوعات التي تتناولها ولهذا حاولت أن تواكب العين البصرية للقراء التي تعودت على مشاهدة التلفزيون الملون بإعطائه صحيفة ملونة ذات صورة وإشكال ورسوم ملونة وجذابة. أقل ما يقال عنها انها صحيفة تلفزيونية .

وقد اعترف مؤسس صحيفة (USA. Today) ألن نيوهارث أن الأفكار التي وضعها في هذه الصحيفة جاءت من عدد من المجلات ومن التلفزيون وبعض الصحف المتطورة ذات في بعض الولايات الجنوبية في الولايات المتحدة.

إما على المستوى والخطط التسويقية للصحيفة ، فقد فتحت الشركات المعلنة ستة أشهر من الإعلانات المجانية عندما يتم توقيع عقد طويلة الأجل معها . وأشار توم كيرلي Tom Carley وهذا أحد الصحفيين الذين ساهموا في الأفكار الرئيسية وتم الطلب من أن يتولى الإشراف على قسم التوزيع بالصحيفة رغبة في زيادة أرقام توزيعها ، وذكر كيرلي أنه اعتمد على ثلاث استراتيجيات لتسويق الصحيفة وتوزيعها وهي :-

١ . الاتصال الهاتفي بالعملاء والطلب منهم الاشتراك في الصحيفة ، واستمرار الاتصال بهم مراراً وتكراراً حتى يقبلوا الاشتراك في الصحيفة .

٢ . تكثيف ستاندات بيع الصحيفة في كل مكان ، وخاصة في المواقع التي يتواجد فيها الناس ، حتى لو أن هذه النقطة البيعية تباع نسخة واحدة أن اثنتين في اليوم .

٣ . إجبار الناس على قراءة الصحيفة سواء شاءوا أو لم يشاءوا من خلال وضع الصحيفة بين أيديهم حتى ولو بشكل مجاني، ولو لبعض الوقت ... فالراهنه هي على جودة وجاذبية الصحيفة عند ما يتطلع عليها القارئ .

وقال كيري بأن سياسة الإغراق هذه تساعد على تعويد القراء على الصحيفة ، ولهذا فليس غريباً أن نسبة تزيد على الخمسين في المائة من إيرادات الصحيفة تأتي من بيع الطبعات الورقية للصحيفة .

وقد انطلقت صحيفة يو إس أي تودي (USA Today) وحققت نجاحات كبيرة، الى أن وصلت الى الصحيفة الأكثر توزيعاً في الولايات المتحدة بفضل خطتها التسويقية المرسمة، وبفضل محتواها الجديد على الصحافة العالمية، بتركيز على الألوان واستخدامات الجرافيكس بشكل كبير. وظهرت صحيفة بنوعية وشكل ومحتوى جديد كان حلماً للإعلامي الشهير ألين نيوهارث (Allen Neuharth) الذي أسس هذه الصحيفة من خلال إحدى كبرى الشركات (المجموعات) الاعلامية الأمريكية جانيت (Gannett) التي استثمرت بليون دولار أمريكي لتأسيس يو إس أي تودي(USA Today)للكمسة السنوات الأولى.. وعلى الرغم من تعثر في السنوات الأولى، بسبب ظهور صحف منسوخة عن هذه المدرسة الجديدة مثل صحيفة ذا

ناشونال The National والتي كان يملكها البليونير المكسيكي اسكراجا وكانت صحيفة رياضية بحتة، وكذلك صحيفة سانت لويس سن (St. Louis Sun) ، الا أن صحيفة USAToday () قد حققت نجاحات متنامية، وأدى استمرار نجاحها الى إفلاس هاتين الصحيفتين المنافستين , وخروجهما من الساحة الصحافية، ومع مرور السنوات بدأت ترسخ مدرسة (USAToday) وتؤثر في باقي الصحف الأخرى سواء داخل الولايات المتحدة او خارجها، رغم التعليقات الساخرة التي وجهها الناشرون والصحافيون في البداية ضد مدرسة (USAToday) وحتى كبرى الصحف الأميركية مثل النيويورك تايمز والواشنطن بوست ولوس انجليس تايمز بدأت تقلد الصحيفة الجديدة في نظام الألوان والأقسام ونظام الجرافيكس والجداول والتبويب التحريري. كما انتشرت هذه المدرسة في اوربوا وفي دول أخرى من آسيا.. كما أن هذه المدرسة أثرت على ظهور صحيفة الوطن السعودية، وصحيفة العرب اليوم الأردنية.

وقد تسلفت صحيفة (USA Today) سلم توزيع الصحف في الولايات المتحدة الى أن وصلت الى الصحيفة الأكثر انتشار في الولايات المتحدة الأمريكية، وتخطت الصحيفة الأولى لسنوات طويلة وهي صحيفة وول ستريت جورنال (Wall Street Journal).

٢ صحيفة نيويورك تايمز :-

هي الصحيفة التي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث في الولايات المتحدة عبر العقود الماضية، أي أن المتتبع لأحداث معينة أو لخطب سياسية ينبغي أن يعود فيها إلى قراءة هذه الصحيفة. وهي تصدر في مدينة نيويورك منذ عام ١٨٥١م، عندما أسسه الصحفي والسياسي هنري ريموند Raymond . ومنذ الثمانينيات من القرن التاسع عشر الميلادي تحولت التايمز من دعمها للمرشحين الجمهوريين إلى موقف مستقل غير داعم لأي مرشح. الناشر أدولف أوكس Ochs هو الذي أطلق شعار التايمز عام ١٨٩٧م وحتى اليوم "جميع الأخبار التي تتناسب مع الطبع" All News That's Fit to Print، وأصبح علامة بارزة في تاريخ الصحيفة، حيث يكتب يوميا على صدر صفحتها الأولى. وتمتلك حاليا عائلة سولزبرجر Sulzberger نسبة كبيرة من أسهم شركة نيويورك تايمز. ومنذ تأسيس هذه الصحيفة، لم تخرج الملكية الرئيسية لها عن عائلة اوكس/سولزبرجر. وتعد الصحيفة متميزة في أخبارها وتقاريرها وتأثيرها على الرأي العام الأمريكي، وقد حصدت ٩٤ جائزة بوليتزر، وهي أشهر جوائز الصحافة في العالم. ويوجد بالصحيفة حوالي عشرين قسما تحريريا في مختلف التخصصات، ولها ٢٣ مكتبا خارجيا في مختلف عواصم ومناطق العالم. كما لها ستة مراكز تحرير اقليمية داخل الولايات المتحدة في واشنطن، بوسطن، شيكاغو، لوس انجلس، سان فرانسيسكو، وسياتل.

وقد كانت نيويورك تايمز تصدر طبعة دولية منذ عام ١٩٤٦م، ولكنها توقفت عام ١٩٦٧م عندما اشتركت مع صحيفة نيويورك هيرالد تريبيون وصحيفة واشنطن بوست على إصدار صحيفة دولية من باريس بمسمى انترناشونال هيرالد تريبيون International Herald Tribune . من أهم المحطات الرئيسية لهذه الصحيفة، هو المحاكمة التي دخلت فيها ضد الحكومة الأمريكية فيما يعرف بـ "أوراق البينتاجون" Pentagon Papers وكانت الصحيفة قد حصلت على تسريبات عبارة عن وثائق عسكرية سياسية تعكس الوضع في فيتنام من عام ١٩٤٥م إلى عام ١٩٧١م، وبدأت التاييمز تنشر هذه الوثائق على شكل سلسلة، ولكن أصدرت الحكومة الأمريكية في عهد الرئيس نيكسون أمرا قضائيا بإيقاف نشر هذه الأوراق لأنها تتعارض مع الأمن القومي. وخلال هذه الفترة بدأت واشنطن بوست نشر نفس الأوراق من خلال مراسلها بين باجديكان Bagdikian فاضطرت الحكومة الأمريكية أن تصدر أمرا بإيقاف نشر البوست لهذه الوثائق، التي تشير إلى تعمد الحكومة توسيع دائرة الحرب بغارات جوية على شمال فيتنام، وأنه تم تجاهل واشعار المواطن الأمريكي بما يحدث في ساحة الحرب. وأخيرا تحولت نر هذه الأوراق في التاييمز والبوست إلى المحكمة الدستورية العليا، التي قضت بأن حجب هذه الأوراق عن النشر يعد رقابة قبلية – قبل النشر – تتعارض مع التعديل الدستوري الأول First Amendment واعتبرها الكثير نصرا للصحافة ضد هيمنة الحكومة على النشر الصحافي بحجة ضرورات الأمن الوطني.

وعلى مستوى المقر الذي توجد فيه صحيفة نيويورك تايمز، فإن من أشهر المقرات التي احتضنت الصحيفة مقرها في الشارع ٤٢ عام ١٩٠٤م، وقد أعطت اسمها لمكان الاحتفالات الكبرى المفتوح وسمي تاييمز سكوير، ولكن بعد تسع سنوات انتقلت إلى الشارع ٤٣ ، بينما بيع مقرها السابق عام ١٩٦١م. ومن المتوقع أن تنتقل النيويورك تايمز إلى مقر جديد على شكل ناطحة سحاب تقع على تقاطع (West 41 & 8th Avenue) في مناهتن بمدينة نيويورك ذلك خلال عام ٢٠٠٧م .

٣ صحيفة واشنطن بوست :-

تعتبر واشنطن بوست Washington Post الصحيفة الأولى والأكثر توزيعا في العاصمة الأمريكية واشنطن، وقد تأسست عام ١٨٧٧م. وتعتبر مع نيويورك تايمز وصحيفة وول ستريت جورنال من أهم الصحف الأمريكية على مر العقود الماضية. وتدرج في ملكية الصحيفة عدد من رجال الأعمال، والكونجرس وغيرهم، ومن الطريف أن واشنطن ماكلين عندما شري هذه الصحيفة عام ١٩٠٥م مع ابنه جون ماكلين، وقد أوصى قبل موته بان تدار الصحيفة من خلال وقف، تشكيفا في قدرة ابنه في متابعة شئون الصحيفة، وبعد موته عام ١٩١٦م اعترض

ابنه، واستعاد ملكيته للصحيفة، ولكن حدث ما كان والده يخشاه، حيث تردت أوضاع الصحيفة، وتم بيعها في مزاد علني عام ١٩٣٣م، وامتلكها يوجين ميير Meyer ، ثم جاء زوج ابنته فيليب جراهام وامتلك الصحيفة عام ١٩٤٦م. ثم امتلكت زوجته كاثرين ميير الصحيفة عام ١٩٦٣م، وكانت هذه أول امرأة ملأت مكان الناشر لكبرى الصحف الأمريكية، واستمرت في عملها ومناصب قيادية في البوست آخرها رئاسة مجلس الإدارة، ثم رئيسة للجنة التنفيذية حتى وفاتها عام ٢٠٠١م، وقد عمل معها أبناها دونالد جراهام كناشر للواشنطن بوست منذ عام ١٩٧٩م، ثم رئيسا لمجلس الإدارة اى عام ٢٠٠٠م، عندما خلفه بويز فوليت جونز. واشتهرت الواشنطن بوست بتحقيقاتها المعمقة، أو ماسمي بالتحقيق البحثي investigative reporting ، واشتهر كل من بوب وودورد Bob Woodward و كارل بيرنستاين Carl Bernstein الذين فجر افضيحة ووتر جيت - water-gate - تصنتت الحزب الجمهوري على مقر الحزب الديمقراطي - والتي اطاحت بالرئيس الأمريكي نيكسون عام ١٩٧٣م. وعلى الرغم من هذا النجاح وغيره من النجاحات فهناك سقطات للصحيفة، حيث نشرت الصحيفة سلسلة من التقارير بعنوان "عالم جيمي" Jimmy's World وصفت فيه المحررة جانيت كوكو Janet Cooke أوضاع إدمان طفل عمره ثمان سنوات على الهيروين. وفازت كوكو بجائزة بوليتزر، ولكن فيما بعد اتضح أن هذه القصة كانت ملفقة، وليس لها أساس من الصحة، مما اضطر الصحيفة إلى الاعتذار للقراء، وإعادة الجائزة. تعتبر البوست من الصحف الجادة في الصحافة الأمريكية، حيث حصلت حتى عام ٢٠٠٦م على ٢٢ جائزة بوليتزر، وهي أعلى مرتبة الجوائز الصحافية في العالم، إضافة إلى جوائز أخرى من مؤسسات إعلامية.

وتميزت البوست بكثافة وعمق تقاريرها عن العاصمة الأمريكية، وخاصة عن البيت الأبيض، وعن الكونجرس، ومختلف الإدارات الحكومية في واشنطن. وتعتبر صحيفة واشنطن تايمز Washington Times المنافس الحالي لهذه الصحيفة في العاصمة واشنطن، رغم أن توزيعها لا يتعدى سبع مجمل توزيع صحيفة البوست.

٤ صحيفة وول ستريت جورنال :-

تعد وول ستريت جورنال Wall Street Journal أشهر صحيفة اقتصادية في العالم، وتمتلكها شركة داو جونز المالية في نيويورك، ولها طبعتان أوروبية وآسيوية، وتوزع يوميا حوالي الملونين نسخة ورقية، إضافة إلى وجود اشتراك في نسخها الألكترونية تصل إلى حوالي المليون. وقد بدأت قصة الصحيفة بقصة تأسيس شركة داو جونز، حيث اتفق ثلاثة صحافيون هم تشارلز دو Charles Dow وإدورد جونز Edward Jones تشارلز بيرجسترسر Bergstresser على تأسيس شركة داو جونز عام ١٨٨٢م. وبعد فترة قصيرة أسس داو صحيفة وول ستريت جورنال عام ١٨٨٩م، كما استحدث بعض المؤشرات الإقتصادية التي

تعكس حالة السوق. وعندما اشتراها كلارنس بارون Barron عام ١٩٠٧م كان توزيعها ٧٠٠٠ نسخة، ولكنه رفعها إلى أكثر من ٥٠٠٠٠ نسخة في نهاية العشرينيات الميلادية. وحاليا تتحكم في الصحيفة والشركة عائلة بانكروفت Bancroft. كما أن روبرت موردوخ قد حاول شراء شركة داو جونز في مايو ٢٠٠٧م، إلا أن إدارة الشركة رفضت عرضه، نظرا لأن الصحيفة تعتمد اخبارها وتقاريرها بموضوعية وتناول محايد، وهذا لن يتوفر للشركة والصحيفة اذا تحولت إلى النظام الصحافي الذي يعتمد موردوخ .

بدأت وول ستريت جورنال نسختها الإلكترونية عام ١٩٩٦م، وهي تصدر أعداد الاشتراكات المدفوعة من بين أشهر صحف العالم. كما أن الصحيفة بدأت اصدار عدد اسبوعي كل يوم سبت عام ٢٠٠٥م بعد توقف دام خمسين عاما، وكان ذلك بهدف استقطاب مزيد من المعلنين في هذا العدد الأسبوعي. كما أن الصحيفة أدخلت الإعلان لأول مرة على صفحاتها الأولى عام ٢٠٠٦م، بعد إدخاله على طبعيتها الأوروبية والآسيوية قبل بعام واحد. ومن أهم ما يميز هذه الصحيفة عدم نشرها للصور الشخصية منذ تأسيسها، إلا أنها في عام ١٩٧٩م استحدثت نظام رسم للشخصيات السياسية والعامية على شكل رسم خطي يبين وجوه هذه الشخصيات، وهو الذي أسمته هداكوتس Hedcuts ، ومن الملاحظ أن الصور الحديثة الملونة بدأت تنتشر على صفحات وول ستريت جورنال في السنوات الأخيرة وخاصة في صفحات "أنماط الحياة". وعلى مستوى مقاس الصحيفة، فقد صغرت من مقاسها المعتاد برودشيت إلى مقاس اصغر، بحذف عمود كامل، وقد ذكرت الصحيفة أن هذا التصغير أتى بهدف تخفيض تكلفة الطباعة، حيث سيوفر عليها أكثر من ١٨ مليون دولار سنويا.

وتتمتع الصحيفة بسياسة تحريرية تميل إلى المحافظة، والى مبادئ السوق المفتوحة، وعند الحديث عن سياسات الحكومة تجاه المهاجرين، أعلنت الصحيفة في افتتاحياتها أنه ترى وجهة نظرها في خمس كلمات "يجب أن تكون حدودنا مفتوحة"، وهذا يعكس جراءة الطرح الصحافي لهذه الصحيفة. وتعكس الصحيفة دائما ثقتها في الفكر الفردي، والسوق الحرة من الأفكار، دون المحاولة للذهاب إلى حلول توفيقية وسطية كما تنزع إلى ذلك بعض الصحف أو بعض الساسة. وتتميز الصحيفة بوجود قسمين منفصلين تماما عن بعضهما البعض، هم قسم الأخبار، وقسم الراي. والفصل يأتي بهدف عدم تأثير أي منهما على الآخر. وأحد الأمثلة يوضح أهمية هذا الفصل، حيث تنتبى التقارير الإخبارية وجهة نظر مفادها أن الإنسان هو مسبب رئيس للتغيرات المناخية، عاكسة بذلك دراسات واستشرافات مستقبلية، بينما صفحات الراي والافتتاحيات لا تؤمن بذلك.

وتذكر الصحيفة أن وكالة داو جونز الإخبارية هي أول وكالة نقلت خبر اصطدام طائرة بمبنى التجارة العالمي في تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر، وبسببها نالت جائزة بولتزر. كما أن مبناها كان مواجها لإحدى مبني مركز التجارة العالمي،

وانهارت في دقائق، وكان المحررون يخشون أن عدد اليوم التالي سيغيب في سابقة لم تحدث في مائة عام، ولكن خطة الطوارئ نجحت في صدور عدد اليوم التالي. وتصدر عن شركة داو جونز بالإضافة إلى المطبوعة الأساسية لـول ستريت جورنال، وطبعتها الدوليتين في أوروبا وآسيا، توجد مجلة اقتصادية بارون ماجازين Barron's Magazine وهي أسبوعية تراجع حالة الاقتصاد والأسواق العالمية. ما تمتلك الشركة مجلة للمستهلكين Smart Money ومجلة شهرية Far Eastern Economic Review .

٥ صحيفة لوس أنجلوس تايمز :-

صدرت صحيفة لوس أنجلوس تايمز Los Angeles Times عام ١٨٨١م في مدينة لوس أنجلوس بولاية كاليفورنيا، وكان مسماها الأول لوس أنجلوس ديلي تايمز، ولكن سرعان ما أفلست الصحيفة، ثم أتت إليها إدارة جديدة من شركة ميرور وعينت أحد العسكريين القدامى جري أوتس Otis رئيسا للتحريير، واستطاع إنجاز الصحيفة. وبعد وفاته عام ١٩١٧م استلم منه زوج ابنته هاري تشاندلر Chandler كناشر لهذه الصحيفة، ثم خلفه ابنه نورمان عام ١٩٤٤م. وتملك الصحيفة شركة تايمز-ميرور، إلا أنها شريت من قبل شيكاغو تريبيون عام ٢٠٠٠م، منهيّة عصر الملكية الفردية لأسرة تشاندلر. وخلال فترة تغييرات المناصب تقلد دين باكويت Baquet أول أمريكي اسود رئاسة تحرير التايمز، ولكنه لم يصمد أمام متطلبات شركة تريبيون، وتم استبداله حيمس أوشي O'shea الذي كان رئيسا لتحرير صحيفة شيكاغو تريبيون. وقد سجلت لوس أنجلوس تايمز أكبر تراجع في أرقام التوزيع من بين الصحف الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية عام ٢٠٠٦م وفي عام ٢٠٠٧م قبلت شركة تريبيون عرض مقدم من سام زيل Zell لشراء لوس انجلوس تايمز .

وهي ثاني أكبر صحيفة اقليمية بعد نيويورك تايمز، رغم حضورها الوطني المهم في من بين الصحف الوطنية الأمريكية. وقد تعرضت مصداقية الصحيفة لنكسة عام ١٩٩٩م عندما كشفت التحقيقات عن عمولات بين تحرير الصحيفة وبين إحدى الشركات في إصدار مجلة بمناسبة افتتاح أحد المراكز الرياضية في لوس أنجلوس. وهذا الإجراء مرفوض في عرف الصحافة الأمريكية تماما، حيث الانفصال بين التحرير والإعلان مبدأ أساسي يحفظ مهنية الصحيفة. وعلى الرغم من تلك الجدليات، فقد استطاعت التايمز أن تحصل على ٣٧ جائزة بولتيزر حتى عام ٢٠٠٤م، وفي عام واحد فقط (٢٠٠٤م) حصدت خمس جوائز مختلفة من بولتيزر.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٦) : تجربة الصحافة البريطانية كنموذج للصحافة الدولية

١ صحيفة التايمز:-

تعد صحيفة التايمز Times الصحيفة الأولى في بريطانيا، والتي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث منذ تأسيسها عام ١٧٨٨م. وقد كان لهذه الصحيفة دور بارز في التأثير على السياسة البريطانية، وخاصة السياسية الخارجية، والتأثير على الرأي العام البريطاني خلال هذه العقود الطويلة منذ تأسيسها. ويصدر مع هذه الصحيفة العدد الأسبوعي الشهير صندي تايمز Sunday Times وكلاهما يعود لشركة تايمز الصحافية، التي امتلكتها شركة نيوز كوربوريشن News Corporation التي تعود إلى الملياردير روبرت موردوخ، وعلى مر التاريخ كانت التايمز تتبنى وتؤيد السياسة البريطانية المحافظة وخاصة حزب المحافظين- يمين الوسط - إلا أنه بعد دخول موردوخ ودخوله مرحلة التأثير على سياسة الصحيفة، تحولت هذه الصحيفة إلى تأييد حزب العمل في الانتخابات الأخيرة.

يعود الفضل في إصدار هذه الصحيفة إلى جون والتر Walter الذي أسسها في أول تحت مسمى ديلي يونيفرسال ريجستر Daily Universal Register وذلك عام ١٧٨٥م، ولكن لم تنجح الصحيفة، ولهذا غير من اسمها إلى الاسم الحالي تايمز The Times عام ١٧٨٨م. وبنت سمعتها من الأخبار التي كانت تنشرها عن القارة الأوروبية، وخاصة عن فرنسا بشكل خاص، كما أن التايمز قد استثمرت شخصيات وكتاب في السياسة العلوم والتراث والفن، وكانت تدفع لهم التايمز مبالغ كبيرة لا تستطيع صحف منافسة أن تقدمها لهم، مما خلق لها التميز الذي كانت تتشده. وكانت التايمز أو صحيفة أرسلت موفدا إلى الخارج، وهي أول صحيفة ابتدعت فكرة المراسل الحربي في بعض النزاعات والحروب الخارجية. وفي منتصف القرن التاسع عشر بدأت التايمز تواجه منافسة شديدة من "صحف البني" penny press وخاصة الديلي تيلجراف ومورننج بوست، ولكنها تجاوزت هذه الفترة الحرجة والصعوبات المادية، بعد أن ارتبطت بطرق تسويقية جديدة مشتقة

من مفاهيم تسويق أمريكية، وخاصة عندما اشتركت التايمز في تسويق الموسوعة البريطانية. وتعاقب خلال العقود الأولى من القرن العشرين أكثر من مالك لهذه الصحيفة، فمن عائلة اللورد نورثكليف، إلى عائلة أستور، إلى مستثمر كندي روي ثمبسون. وقد توقفت التايمز لحوالي عام تقريبا - من ١ ديسمبر ١٩٧٨ إلى ١٢ نوفمبر ١٩٧٩ - بسبب خلاف بين العاملين والمالكين في هذه الصحيفة. ونتيجة لأوضاع الصحيفة ومقاومة العاملين فيها للتقنيات الجديدة لم تتمكن إدارة ثومبسون من الاستمرار في ملكية الصحيفة وتلبية الاحتياجات الجديدة لها، وهذا ما دعى إلى بيعها الي إلى الملياردير الأسترالي روبرت مورдох Murdock عام ١٩٨١م. وكان أول قرار اتخذه مورдох هو استبدال رئيس التحرير ريس-موج برئيس تحرير جديد هو هارولد ايفانز Harold Evans ، كما أدخل تقنيات الطباعة الجديدة في الصحيفة، والتي كان اتحاد العمال معترضا عليها فيما مضى، وقام باستبدال مطابع اللينوتايب التي كانت تطبع الصحيفة منذ القرن التاسع عشر بتجهيزات حاسوبية حديثة ومطابع ذات تقنية عالية. كما أن انتقال الصحيفة من مبناها القديم بقرب فليت ستريت إلى مبناها الجديد من وابنج Wapping ، ساعد على تطوير آليات التحرير الداخلية للصحيفة، كما تخلت الصحيفة عن استخدام ألقاب المجاملات - وفق استايل بوك style book- مثل السيد والسيدة والأنسة. ومن أهم التغيرات التي حدثت لصحيفة التايمز هو تصغي مقاس الصحيفة إلى مقاسات أصغر، وبدأت في نوفمبر ٢٠٠٣م بطباعة متشركة بين المقاس العادي برودشيت والمقاس الجديد الأصغر، إلى أن اتجخت بشكل نهائي في ١٣ سبتمبر عام ٢٠٠٤م إلى شكل تابلويد أو ما تطلق عليه الصحيفة كومباكت - صحيفة مصغرة - وهذا بداية جعبة جديدة في تاريخ الصحيفة، مع ما صاحبه من تغيرات في التبويب التحريري، لمواكبة العادات القرائية وخاصة بين الشباب. كما رفعت الصحيفة قيمة بيعها إلى ٦٠ فلس، بعد أن كانت قد قامت بتخفيضها عام ١٩٩٣م إلى ٣٠ فلس في حرب لكسب القارئ بين الصحف البريطانية. أما على مستوى التوزيع، فقد بلغت عام ٢٠٠٥م حوالي ٦٩٢ الف نسخة يوميا.

٢ صحيفة الجارديان:-

كانت التسمية الأولى لهذه الصحيفة مانشستر جارديان حيث صدرت من مدينة مانشستر البريطانية، وذلك عند تأسيسها عام ١٨٢١م، ولكن بعد عام ١٩٥٩م، تخلت الصحيفة عن اسم مانشستر وأصبح اسمها فقط الجارديان Guardian ، وتطبع في كل من لندن ومانشستر في شكل مقاس وسطي بيرلاينر أو كومباكت عام ٢٠٠٥م. وقد انتقل المركز الرئيسي لها إلى لندن عام ١٩٦٤م.

ومن أشهر رؤساء تحريرها سكوت Scott الذي استمر في رئاستها للتحرير لسبعة وخمسين عاما حتى عام ١٩٠٧م، حيث انتهج مواقف متشدد من بعض القضايا السياسية والاجتماعية في بريطانيا. وكانت للعلاقة الوثيقة بينه وبين

وايزمان أثر ودور في إعلان وعد بلفور Balfour في كون فلسطين موطن شرعي لليهود، وفي عام ١٩٤٨م كانت الجارديان من أكثر الصحف تأييدا لتأسيس دولة إسرائيل. وقد كشف دفنا بارام في كتاب "التحرر من الوهم: الجارديان واسرائيل" عام ٢٠٠٣م علاقة الصحيفة بالقوى الصهيونية المؤيدة لإسرائيل. ولاشك أن الجارديان تعد من الصحف التي تدخل في جدليات كثيرة، ولهذا فلديها الكثير من القضايا في محاكم النشر البريطانية. فقد نشرت الصحيفة عام ١٩٨٣م تقارير سرية عن مواقع صواريخ كروز في بريطانيا، مما اضطر الصحيفة إلى تسليم المحكمة هذه التقارير، وسجن الشخص الذي قام بتبليغ الصحيفة عن ذلك. كما نشرت الصحيفة عام ١٩٩٥م تقارير عن أحد الوزراء في الحكومة البريطانية إيتكن Aitken وعن ضلوعه في أخذ رشاي عبارة عن اقامات مجانية له ولعائلته في فندق رتز بباريس من الأمير محمد بن فهد، ولكن المحكمة حكمت بأنعدام الأدلة في هذا الاتهام. وهناك كثير من القضايا التي واجهت الصحيفة، اضطررتها إلى التراجع عنها بعد انعدام الأدلة والبراهين، أو لإنعدام أخلاقيات العمل المهني في مثل تلك القضايا.

وعلى الرغم من ذلك، حظيت الصحيفة بجوائز عديدة على تميزها التحريري، أو على الشكل الفني لها، أو لتمييز نسختها الإلكترونية، سواء من مؤسسات أو جمعيات بريطانية أو أمريكية. وقد اشتهرت مجموعة الجارديان صحيفة الأبرزيرفر Observer الأسبوعية عام ١٩٩٣م. وتميل صحيفة الجارديان إلى الوسط الليبرالي وبقر من المواقف اليسارية في الحياة السياسية البريطانية.

٣ صحيفة الديلي تيليجراف:-

تأسست الديلي تيليجراف عام ١٨٥٥م بواسطة الكولونيل البريطاني أرثر سيليج Sleigh ولكنه سرعان ما باعها إلى صاحب المطبعة التي كانت تطبع فيها هذه الصحيفة جوزيف ليفي Levy الذي أحال مسؤولية التحرير فيها إلى أبنائه. ثم خفض سعر بيع الصحيفة إلى مقدار penny واحد، وحقق لها هذا الإجراء نجاحا كبيرا، حيث مكنها من تجاوز صحيفة التايمز في مبيعاتها. وقد ساهمت مقابلة نشرتها الديلي تيليجراف عام ١٩٠٨م لإحدى الشخصيات الألمانية في خلق توتر في العلاقات البريطانية الألمانية، أدت إلى تصعيد سياسي ساهم في خلق أجواء الحرب العالمية الأولى. ثم بيعت الصحيفة إلى عائلة بورنام وعائلة كامروس واستمرت معهم إلى أن بيعت عام ١٩٨٦م إلى رجل الأعمال الكندي كونراد بلاك Black ثم امتلكها الأخوان باركلي Barclay وهما المالكان الحاليان لهذه الصحيفة. وتعد صحيفة الديلي تيليجراف بيتا لحزب المحافظين، رغم أن أحد ملاكها ديفيد باركلي ذكر في تصريحات إعلامية بأنه ينبغي ألا تكون كذلك ثم تراجع عن هذه الفكرة فيما بعد. وفي انتخابات عام ٢٠٠٥م أيدت الصحيفة الحزب المحافظ في هذه الانتخابات. وتعد هذه الصحيفة الوحيدة التي لا تزال بنظام البرودشيت وهو

المقاس الاعتيادي للصحف الجادة البريطانية. وقد أضيفت صحيفة الصندي تيليجراف عام ١٩٦١م كشقيقة أخرى لهذه الصحيفة. وكان موقع الصحيفة على الإنترنت هو الأول بين الصحف البريطانية، وكان ذلك في نوفمبر ١٩٩٤م، ويعد هذا الموقع من أفضل المواقع الإلكترونية للصحف البريطانية، حيث نال الكثير من الجوائز في هذا الخصوص. ومن الأخطاء الطريفة التي وقعت فيها الصحيفة أنها نشرت بتاريخ ٢٤ أغسطس ١٩٨٨م تاريخاً خطأ لإصدارها في ذلك اليوم حيث كتبه ٢٥ أغسطس ١٩٨٨م.

٤ صحيفة الصن:-

تعد صحيفة الصن (The Sun) التي تصدر من لندن أكثر صحيفة باللغة الإنجليزية توزيعاً في العام، حيث توزع حوالي ثلاثة ونصف المليون نسخة يوميا، بينما حجم القراءة لها تصل لحوالي ثمانية ملايين شخص في المملكة المتحدة. ويمكن تقسيم تاريخ صحيفة الصن إلى فترتين، أولاهما قبل امتلاك مورдох، والثانية بعد امتلاكه لهذه الصحيفة. وقد أطلقت الصحيفة عام ١٩٦٤م من مجموعة ميرور كبديل لصحيفة يومية كانت قائمة اسمها ديلي هيرالد Daily Herald ، وكانت موجهة للطبقة العاملة، ولكن نظراً لأن هذه الشريحة قد شاخت عمرها ولم تعد جاذبة للمعلن، فقد فقدت الاهتمام بالمعلن، كما أن الملاك لم يكن يريدوا أن تتنافس صحيفتان (الهيرالد والميرور) لنفس المجموعة على نفس الجمهور. وبعد تعثر للصن في سنواتها الأولى، تم بيعها إلى شركة نيوز انترناشونال التابعة لمجموعة نيوز كوربوريشن التي يملكه روبرت مورдох وذلك عام ١٩٦٩م.

بعد شرائه للصن، وضافته لها إلى جانب صحيفة نيوز أف ذا وورلد News of the World الأسبوعية التي تصدر كل يوم أحد، حولها مباشرة إلى صحيفة تابلويد، وابتدع الصفحة الثالثة التي اشتهرت بها الصن، وهي عبارة عن صورة لفنارة عارية، ولا زالت مستمرة منذ عام ١٩٧٠م. ودخلت الصن المعترك السياسي للانتخابات السياسية في بريطانيا، فقد بدأت قريبة من حزب العمال، ثم تحولت في عهد ثاتشر وميجور لمساندة حزب المحافظين. ومن أطرف مواقفها السياسية، في الانتخابات التي كان نيل كونيك رئيس حزب العمال عام ١٩٩٢م، علقت أنه في حال فوزه في هذه الانتخابات، "فإن آخر شخص يبقى في بريطانيا يجب ان يطفى الأنوار"، ثم بعد يومين إدعت الصن أنها هي التي أكسبت المحافظين الفوز في الانتخابات. ثم عادت الصن في دعم حزب العمال في عهد توني بليز. وتعتبر الصن من أشهر صحف التابلويد في العالم، حتى أن البعض قد أطلق عليها "ملكة التابلويد".

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة

اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٧) : تجربة الصحافة الفرنسية كنموذج للصحافة الدولية

١ صحيفة ليMOND :-

صحيفة ليMOND Le Monde - وتعني "العالم" - هي من أشهر الصحف الفرنسية وتعد من الصحف التي يعتمد عليها في توثيق الأحداث the newspaper of the record في فرنسا، وهي صحيفة مسائية، والصحيفة الوحيدة التي توزع خارج نطاق الدول الفرانكفونية. وقد أسس الصحيفة هيوبتر بيوف-ميري Hubert Beuve-Mery بطلب من الجنرال تشارلس ديغول بعد طرد الألمان من فرنسا عقب الحرب العالمية الثانية، وقد صدر عددها الأول في ١٩ ديسمبر ١٩٤٤م.

تعد ليMOND من صحف وسط اليسار، أو ما يمكن أن يطلق عليه صحف معتدلة في مواقفها في الحياة السياسية الفرنسية. وبينما كانت مؤيدة لسياسات الرئيس الفرنسي ميتران، فقد كانت كثيرة الانتقاد لسياسات جاك شيراك ومعه الرئيس الحالي ساركوزي. ومن أهم ما تتميز به الصحيفة هو تركيزها الأكبر على الآراء والتحليلات السياسية التي تتميز بها، ولكن هذا لا يأتي على حساب اهتمامها بتسجيل الأحداث، فهي تشكل مصدرا توثيقيا للأحداث الفرنسية على وجه الخصوص. وقد صدر عام ٢٠٠٣م كتابا جدليا بعنوان "الوجه المخفي لليMOND" The Hidden Face of Le Monde انتقد فيها قيادات الصحيفة بانهم غير فرنسيين في حرصهم على المصالح الفرنسية العليا، ويضعون أنفسهم في دوائر ضيقة تفقد الاستقلال السياسي، وتزج بهم في تبعية حزبية، وقد اعترضت الصحيفة على ما كتب عنها في هذا الكتاب - الذي ألفه كل من بير بيان وفيليب كوهن - وتم الاتفاق على عدم طباعة أي طبعات أخرى لهذا الكتاب في تسوية بين الطرفين.

وتتميز الصحيفة بهيكلية إدارية تضع العاملين فيها ليس فقط كموظفين، بل مساهمين فيها، ويشاركون في انتخابات الإدارات والقيادات العليا في المؤسسة. وقد أصاب ليMOND ما أصاب باقي الصحف في العالم، من تناقص في توزيع الصحيفة، حيث انخفضت من حوالي ٤٠٦ آلاف نسخة في عام ٢٠٠١م إلى حوالي ٣٦٤ ألف

نسخة عام ٢٠٠٤-٢٠٠٥م. ويجب التفريق بين ليغونڊ الصحفة الؤومفة و بفن لؤمونڊ ءبلموآفك Le Monde Diplomatique الؤف هؤ عؤارة عن إصءرا شهرؤ فمآك صحفة لؤمونڊ منه ٥١% من أسهم هؤا الإصءار.

٢ صحفة لؤفؤارو :-

صءرء لؤفؤارو Le Figaro أسبوعفة من بءافة ءأسفسها عام ١٨٢٦م، ولم ءكن مننظمة ءءى عام ١٩٥٤م عنءما أمءلكها ءفؤلؤمفسان الؤف ءولها إلى صحفة مهمفة وءاء ءوزفء ءبفر من بفن الصحف الفرنسفة. وقء ءءلء لؤفؤارو معءرك الءفاة السفسافة عنءما إؤءالء زوؤة أءء رؤساء الوزرار ءائلوكس رؤفس ءرففر الصحفة ءالء عام ١٩١٤م عنءما نشر رسالة ءءهم زوؤها بالفساء. وأسءمر ءقءم الصحفة بفن الصحف المنافسة، إلى أن وصلء إلى الصحفة الأولى فؤ فرنسا مع بءافة الءرب العالمة الءانفة، وأصبء الصءفة صوت الطبقة الوسءف فؤ المءمع الفرنسؤ، وخاصة الشرائء العلفا من هءه الطبقة، وأصبء صوتا مءافظا فؤ الءفاة السفسافة.

وؤمءلك رءل الأعمال المعروف سفرؤ ءاسول Dassault نسبة ءبرة ومؤءرة من أسهم ملكفة هءه الصحفة، وهو سفساف مءافظ ومربءب بشركاء لصناعة الأسلءة فؤ فرنسا. وهءا أءار الءءفر من اللءظ ءول الإسءءلال ءءرفرف للصحفة، لإنءمائءه - ولإنءماءء ابنه - لأءء الأحزاب السفسافة فؤ فرنسا UMP ، مما ءعله فؤ فترة سابقة فقول بأن الصءفة فؤب أن ءطرح الأفءار الصءفة، وأن الفءر الؤسارؤ لؤرفءف لءرؤة من الصءفة الؤف ءؤهله أن فؤء مءانا فؤ مءل هءه الصءفة.

٣ صحفة لؤبراسؤون :-

أصءر الفؤلسوف والمفءر الؤؤوءف ءؤن-ؤول سارءر Sartre وآءرون من مفءرؤ الؤسار صحفة لؤبراسؤون Liberation عام ١٩٧٣م والؤف ءعنى الءرفة أو ءءرففر ومركزها العاصمة الفرنسفة بارؤس. ونفس الإسم ءان إسم صحفة مءاومة فرنسفة للءءلال الألمانؤ أثناء الءرب العالمة الءانفة فؤ شمال فرنسا، وفؤ ءنوبها، ءفء صءرء عام ١٩٤١م، ولكن الشكل المسءمر من هءه الصءفة هو الؤف أصدره سارءر عام ١٩٧٣م، وءان رؤفسا لءءرفرها ءءى عام ٢٤ مافو ١٩٧٤م.

وءاء هءا الإصءار نءفؤة ءءاعفاء مظاهراء الءءءاء الؤف اءءاء فرنسا وءءفر من عواصم ومءن العالم الغربؤ فؤ نهاءة السءفنفاء المفلءفة. وؤمركز الءط السفساف للصحفة فؤ يسار الوسء. ومنء بءافءها مع الءط الؤسارؤ فؤ ءءافة

والحياة السياسية الفرنسية، إلا أنها تعرضت لمطالبات كثيرة خلال الثمانينيات والتسعينيات، إلى درجة أنها خرجت تقريبا من محور اليسار السياسي بحكم تبنيها لبعض القضايا التي أغضبت قرائها من أصحاب هذا التوجه. وقد وصل توزيعها عام ٢٠٠٧م إلى حوالي ١٤٠٠٠٠ نسخة، بتراجع منتظم خلال السنوات الماضية، حيث كان توزيعها عام ١٩٩٩م حوالي ١٧٠٠٠٠ نسخة يوميا.

ومن الملفت للنظر أن الفلسفة اليسارية قد أثرت على بناء هيكلها الإدارية، حي لم يكن يوجد - على الأقل في السنوات الأولى - أي نظام هرمي في السلطة الإدارية يعكس تفاوت في السلم المالي لموظفي الصحيفة، وقد تحدد راتب واحد يتقاضاه رئيس التحرير ونفس الراتب بدون زيادة أو نقصان يتقاضاه العامل "الفراش" الذي ينظف أو يحضر الشاي أو القهوة. ولكن لم يدم ذلك كثيرا، حيث دخل مستثمرون جدد في الشراكة لرأس مال الصحيفة، كما دخل الإعلان - الذي كان محرما عليها - ضمن إيرادات الصحيفة في الثمانينيات الميلادية، مما اضطر الصحيفة أن تعود إلى النظام المالي الاعتيادي الذي يفرق بين وظائف الصحيفة حسب الهيكل الإداري لها.

وقد توقفت الصحيفة لفترة قصيرة حوالي ثلاثة أشهر خلال عام ١٩٨١م، ولكنها عادت تحت إدارة يريج جولاي July أحد مؤسسيها، الذي اختط لها خطوطا سياسية واضحة، حيث بنت سياستها التحريرية على مقاومة العنصرية، ودعم حقوق العمال وحقوق المرأة. ولا ترتبط لبيارسيون بأي حزب سياسي في فرنسا، ولكن تعكس على صفحات الرأي فيها مختلف وجهات النظر السياسية، ولهذا يراه البعض كصحيفة بديلة للصحف الفرنسية القائمة. وتعرضت الصحيفة خلال عامي ٢٠٠٦-٢٠٠٧م إلى هزات عنيفة، اضطر فيها جولاي أن يستقيل تحت ضغط روثشيلد Rothschild أحد رجال الأعمال الذي امتلك ٣٧% من أسماؤها، وقدم آخرون استقالاتهم احتجاجا على تدخلاته في التحرير. وانتقل الجدل بينه وبين جولاي وغيره إلى صفحات صحف أخرى، كانت أبرزها ليموند، التي استأثرت بكثير من الغسيل والفضائح عن هذه الصحيفة.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٨) : تجربة صحيفة بيلد الألمانية كنموذج للصحافة الدولية

تعد صحيفة بيلد (Bild) من أشهر الصحف الألمانية، ومن أكثرها انتشاراً، بل هي أكثر الصحف الأوروبية انتشاراً، وتعد أعلى صحف العالم انتشاراً من خارج الصحف اليابانية، حيث يأتي ترتيبها السادسة عالمياً حيث راح توزيعها في السنوات الماضية حوالي الأربعة ملايين نسخة. وقد بلغت الذروة في التوزيع خلال الثمانينيات الميلادية بوصولها إلى الخمسة ملايين نسخة يومياً. ومنذ ذلك التاريخ بدأت – مثل غيرها من صحف العالم – تشهد تناقصاً في التوزيع، وتشير أرقام ٢٠٠٦م الى ٣,٨ مليون نسخة.

وقد تأسست صحيفة بيلد عام ١٩٥٢م على يد الناشر الألماني الشهير أكسل سبرنجر Axel Springer ويقع مركزها الرئيسي في مدينة هامبورج، وتعد صحيفة وطنية توزع في مختلف المدن الألمانية في ٣٢ طبعة إقليمية، إضافة إلى أن لها طبعات خارجية في اسطنبول بتركيا، وفي جزر الكناري التي تعد من أهم مناطق السياحة للألمان.

وعندما صدرت هذه الصحيفة جاءت مقلدة لصحيفة الديلي ميرور البريطانية Daily Mirror وهي صحيفة على نظام البرودشيت (المقاس الكامل)، ولكنه تعد صحيفة تابلويد في المضمون، لأنها صحيفة إثارة من الدرجة الأولى، وهي حالياً تشبه صحيفة الصن البريطانية The Sun في مضمونها. وعلى سبيل المثال، تنتهج هذه الصحيفة الألمانية نهج صحيفة الصن في نشها لفتيات عاريات، وبينما تنشر الصن صورة لفتاة عارية على الصفحة الثالثة، ولهذا سمي هؤلاء الفتيات "فتيات الصفحة الثالثة" Third –Page Girls ، لكن صحيفة بيلد تنشر هذه الصورة العارية على الصفحة الأولى، ولكنها في النصف الأسفل من الصفحة، حيث يمكن أن لا تظهر عندما توضع على ساتانات التوزيع. وأضاف إلى لغة الإغراء المتمثلة في الجنس والمرأة تهتم الصحيفة بالجريمة والعنف، والإثارة السياسية، وحتى اختلاقات الأخبار المفبركة، بهدف زيادة مقروئيتها بين الناس.

وعلى الصعيد السياسي تشارك صحيفة بلد في الحياة العامة بكل قوة حيث كانت الصحيفة تطلق على ألمانيا الشرقية بأنها أراضٍ محتلة من الإتحاد السوفيتي سابقاً. كما أن هذه الصحيفة لها تأثيرها الكبير على الرأي العام، حيث ساهمت على تأجيجه خلال أحداث المظاهرات التي اجتاحت أوروبا في نهاية الستينيات الميلادية من القرن العشرين. كما أن صحيفة بلد قد نشأت عنواناً رئيساً بعد اختيار بابا الفاتيكان الألماني بنديكت، تحت عنوان "نحن البابا" we are the pope. وعلى الرغم من اتجاهها العام وميلها نحو الفكر السياسي المحافظ، إلا أنه في السنوات الأخيرة أخذت نهج الوسط من بين السياسات الألمانية.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (٩) : تجربة الصحافة اليابانية كنموذج للصحافة الدولية

١ صحيفة يوميوري :-

صحيفة يوميوري شميون (Yomiuri) هي الصحيفة الأولى في العالم من حيث أرقام التوزيع، وهي صحيفة يابانية توزع أكثر من أربعة عشر مليون نسخة يوميا من مراكزها في طوكيو، أوساكا، فوكوياما ومن مدن أخرى في الجزر اليابانية. وقد تأسست هذه الصحيفة عام ١٨٧٤م، من مؤسسة صحافية تسمى نيشوشا، وكانت صحيفة صغيرة ليست ذات قيمة في حينها. ولكن بعد أن إعتلى كرسي إدارتها ماتسوتارو عام ١٩٢٤م - بعد أن دمرها الزلزال الكبير عام ١٩٢٣م - حولها إلى صحيفة إثارة، وطرح من خلالها أربع صفحات عن برامج الإذاعة. كما ارتبطت هذه الصحيفة بتأسيس أول فريق بيسبول في اليابان، وحمل اسم هذه الصحيفة. وقد تطور العمل المطبوع ليوميوري إلى الإذاعة عام ١٩٥١م ثم إلى التلفزيون عام ١٩٥٣م، وتمتلك حاليا شبكة تلفزيون اليابان، والذي تمتد إلى أكثر من ثلاثين محطة تلفزيونية، بما فيها محطة تلفزيون اخبارية على مدار الأربع والعشرين ساعة. وفي العام ١٩٥٥م أطلقت الصحيفة طبعتها باللغة الإنجليزية، والتي تتوجه إلى الأجانب الذين يعيشون في اليابان، وتقدر نسبتهم من مجمل قرائها ٧٢%.

وعلى مستوى الصحيفة، فيوجد ٣٠٠ مكتبا لها داخل اليابان، اضافة إلى حوالي ٣٠ مكتبا ومراسلا في الخارج، وقد ارتبطت بشراكات مع صحف عالمية، من بينها صحيفة التايمز اللندنية، حيث توزع يوميوري ملحقا باسم التايمز من الأخبار والتعليقات والمقالات، يعكس الرؤية الأوروبية. ويزيد عدد الكادر التحريري عن أربعة آلاف محرر، وهذا يعادل أربعة اضعاف الكادر التحريري للنيويورك تايمز.

وتشير آخر الإحصائيات عن توزيع صحيفة يوميوري أن الطبعات الصباحية تبلغ حوالي عشرة ملايين نسخة، بينما الطبعات المسائية تصل إلى حوالي الأربعة

ملايين نسخ. وتقدر الصحيفة أن نسبة مقروءة الصحيفة تزيد على (٢٦) مليون قارئ، بحكم أن التوزيع المنزلي لإشتراكات الصحيفة يفرض قراءة مشتركة لأكثر من شخص واحد.

٢ صحيفة أساهي:-

تعد صحيفة أساهي (Asahi) ثاني أكبر صحيفة في اليابان وفي العالم من حيث أرقام التوزيع اليومية حيث توزع أكثر من ١٢ مليون نسخة من طبعاتها الصباحية والمسائية. وقد تأسست هذه الصحيفة من إحدى المدن الكبرى في اليابان - أوساكا - عام ١٨٧٩م، على شكل أربع صفحات وتوزيع وصل إلى ٣٠٠٠ نسخة. وبعد حوالي تسع سنوات صدرت صحيفة طوكيو أساهي شمبون من العاصمة اليابانية. وفي عام ١٩٠٨م اندمجت كلا الصحيفتين من طوكيو وأوساكا في شركة واحدة.

تتميز صحيفة اساهي بارشيفها الواسع، الذي اشتمل على أعدادها القديمة، ويوجد هذا الأرشيف على شكل ثلاث مخرجات: CD ، مايكروفيلم، ومطبوعات ورقية مضغوطة لهذه الأعداد. كما يشتمل ارشيفها الموجود في بعض المكتبات العالمية على مؤشرات بالعناوين الرئيسية والفرعية لكل ما نشر فيها منذ عام ١٩٤٥م إلى عام ١٩٩٩م. كما توجد الأعداد من عام ١٩٨٤م في قاعدة بيانات لكزيس نيكسس الأمريكية ذات البحث الأكاديمي.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (١٠) : تجربة صحيفة الأهرام المصرية كنموذج للصحافة الدولية

أسسها اللبنانيان سليم وبشارة تقلا في الإسكندرية عام ١٨٧٥م، وصدر العدد الأول في الخامس آب/أغسطس ١٨٧٦م، ثم نقلت عام ١٨٩٨ إلى القاهرة، وهي صحيفة يومية تصدر عن مؤسسة الأهرام للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع، وأن صدور صحيفة الأهرام كان في بداية الأمر أسبوعياً وكان موعد صدورها في يوم السبت من كل أسبوع، وكانت تمتاز بكونها صحيفة أخبارية، وعرفت بالاتزان والرزانة والأخذ بنواحي التقدم والتطور في مجالات الفن الصحفي، وقد تحولت الأهرام إلى صحيفة يومية في ٣ كانون الثاني / يناير ١٨٨١م، وكانت قد صدرت عنها إصدارات عديدة مبتدئة بالأهرام الاقتصادي، السياسة الدولية، نصف الدنيا، الأهرام الرياضي، الأهرام الأسبوعية، الأهرام المسائي، علاء الدين والأهرام العربي وهي جزء من الأهرام العالمي والتي توزع في يوم صدورها في أمريكا، وأوروبا والأقطار العربية.

وكانت أهتمام الأهرام منذ نشوئها بالأدب، إذ كانت تنشر عدد من مقالات الحريري، وما يتصل بالنحو والصرف واللغة، وما يتصل بالحكم والنوادر والأشعار والقصص والتاريخ حيناً، ثم ما يتصل بالطب والرياضيات حيناً آخر، وبقيت صحيفة الأهرام تعمل مع الصحف المصرية الشعبية، أمثال جريدة "وادي النيل" التي صدرت عام ١٨٦٦، وجريدة "نزهة الأفكار" الصادرة عام ١٨٦٩، وجريدة "ومضة الأخبار" الصادرة عام ١٨٧٥

،وجريدة "الوطن" الصادرة عام ١٨٧٦، وكانت هذه الصحف الشعبية جميعها تتعي عناية خاصة بالأخبار الاجتماعية.

وتعد صحيفة الأهرام من اكبر الصحف المصرية، حيث توزع أكثر من (٥٠٠) الف نسخة محلياً، وتشتمل على أكثر من ٣٢ صفحة، وقد يكون عدد صفحاتها ما بين ٣٤-٤٠ صفحة، وقد يصل عدد صفحاتها في العدد الأسبوعي في يوم الجمعة مع الملاحق إلى ٦٤ صفحة.

وقد رأس تحريرها عام ١٩٥٦ الصحفي المعروف محمد حسنين هيكل الذي اشتهر بمقالته الأسبوعية (بصراحة)، حيث وصلت بعض الأعداد ليوم الجمعة إلى مليون نسخة، وللأهرام طبعة دولية وملاحق متنوعة في الاقتصاد والأدب والفن. أصدرت الأهرام طبعتها الدولية باللغة العربية في سنوات مبكرة في لندن والولايات المتحدة، إذ صدر العدد الأول من طبعة لندن في عام ١٩٨٤، كطبعة دولية لصحيفة الأهرام المصرية القاهرية، وفقاً للنظم القانونية في كلا البلدين، إلى إصدارها عن شركة خاصة في كليهما، ولهما ميزانية مستقلة ومجلس إدارة خاص ومستقل عن صحيفة الأهرام القاهرية، وتطبع في لندن وفرانكفورت ونيويورك، وأما طبعة الولايات المتحدة فقد صدرت في عام ١٩٨٧م، كما أصدرت مؤخراً طبعة عربية متخصصة لصحيفة الأهرام في ١٨ أكتوبر/تشرين الأول ٢٠٠٢م، يتم طباعتها في كل من السعودية والبحرين.

أما بالنسبة لسياسة التحريرية للصحيفة فإن الكثيرين ينظرون إلى صحيفة الأهرام بأنها المعبر الرسمي عن وجهة نظر الدولة الرسمية، حيث تعتبر الأهرام بأنها "مؤسسة قومية تمثل السياسة المصرية في الداخل والخارج وتدعم العلاقات المصرية مع كافة دول العالم"، على الرغم من كونها تدار من قبل المجلس الأعلى للصحافة، أي أنها جزء من السلطة الحكومية، إلا أن للأهرام الكثير من الموارد الخاصة، فهي تملك مجموعة من الشركات الصناعية والسياحية وشركات الأدوية، مما يشكل موارد إضافية للمؤسسة وهي تحاول بذلك أن تحقق معادلة متوازنة بين الملكية العامة للدولة والاستثمار الخاص لمؤسسة الأهرام.

وعليه تتبع السياسة التحريرية للأهرام الدولي مدرسة الأهرام الصحفية مع مراعاة خصوصية التوجه الدولي للصحيفة، من خلال حرصها على تقديم تغطيات صحفية متعمقة للأحداث العربية والإقليمية والدولية، فضلا عن مواكبة أحدث تكنولوجيا العصر، وكما تنشر صحيفة الأهرام الدولي مواد الرأي بها من كتاب مواد الرأي في صحيفة الأهرام القاهرية، الصحيفة الأم، وتتوجه صحيفة الأهرام الدولي، إلى المصريين والعرب في الخارج، بهدف ربطهم بمصر، حيث يوزع الأهرام الدولي في كل من بريطانيا والولايات المتحدة وكندا وفرنسا وإيطاليا وألمانيا وهولندا وسويسرا واليونان والدنمارك والنمسا وبلجيكا وقبرص وأسبانيا وتركيا والبرتغال، وبعض الاقطار العربية في شمال أفريقيا وهي المغرب وتونس والجزائر .

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (١١) : تجربة صحيفة الحياة اللندنية كنموذج للصحافة الدولية

صحيفة لبنانية المولد سعودية الملكية والتمويل (يمتلكها الأمير خالد بن سلطان بن عبد العزيز)، وتصدر كأحدى أهم المطبوعات العربية في لندن والموجهة للنخبة المثقفة العربية، وكانت "الحياة" التي أسسها كامل مروة سنة ١٩٤٦، وصدر العدد الأول منها في بيروت في ٢٨ كانون الثاني/يناير من العام ذاته، قد توقفت عن الصدور خلال الحرب الأهلية في لبنان، كما تضررت بالغزو الإسرائيلي للبنان في يونيو ١٩٨٢، ثم عادت بهوية سعودية لتصدر في العاصمة البريطانية سنة ١٩٩٠، حيث انتقلت وبشكل رسمي رخصة صحيفة الحياة إلى ناشرها وممولها (خالد بن سلطان)، بعد أن اشترى أسهم (دار الحياة) وكان يشغل آنذاك منصب رئيس هيئة الأركان المشتركة لدول التحالف التي حشدتها الولايات المتحدة ضد العراق بعد دخوله الكويت، فأصبحت صحيفة الحياة تصدر عن مؤسسة الحياة الدولية للنشر التي يمتلك (٩٩%) منها الأمير السعودي خالد بن سلطان، وقد حذفت الصحيفة من ترويضها منصب رئيس مجلس الإدارة، لصعوبة جمع الأمير خالد بينها وبين منصبه الرسمي كمساعد وزير الدفاع السعودي، مما جعله يترك الإدارة للعميد عايد الجعيدي نائب رئيس مجلس الإدارة سابقاً ويحذف كتابة اسم صاحب هذا المنصب.

وتعتبر السعودية ولبنان من الأكثر الدول ترويجاً للصحيفة، كما أن للصحيفة سياسة موحدة في إدارتها في جميع الدول التي لها فيها مكاتب، تصدر من خلال مكتبها الرئيسي في لندن، ما عداً السياسة الإعلانية فتدار بشكل مستقل من كل مكتب، وتطبع

وتوزع في كل من بيروت والبحرين والسعودية و مصر وبريطانيا وفرنسا ونيويورك، كما كان لها طبعة في المغرب لكن تم إلغائها.

أما السياسة التحريرية للصحيفة، فتتضح من خلال الخطوط العريضة التي أوضحها جميل كامل المروة الابن الأكبر لكامل المروة في مقال التي من أهمها: نشر الخبر الأكيد وتقويم مسيباته ونتائجه، والتعامل مع كلمة سياسة كتعريف لما يحدث في المجتمع ككل، وليس فقط تدوين ما يحدث يومياً من أنشطة المسؤولين الحكوميين والدول، وإن الشعارات في الثقافة السياسية العربية الحديثة قد اتخمت المواطن لانعدام الترابط بينهما وبين التفصيل والتنفيذ، وتهتم صحيفة الحياة بمناقشة القضايا العربية ذات الطابع الدولي، في حين يتراجع اهتمامها بمناقشة القضايا الإسلامية بشكل ملحوظ، ولا يوجد بها صفحة إسلامية أو مساحة مخصصة لمناقشة هذه القضايا.

ويؤكد محمد صلاح / مدير مكتب الصحيفة في القاهرة: أن الصحيفة تتوجه إلى صانعي القرار والنخبة في كافة ميادين الحياة لا إلى القارى العادي، وقد أثرت طبيعة التوجه النخبوي على مضمون ولغة وشكل المعالجات الصحفية فيها، لأنها جريدة عربية دولية بمعنى الكلمة، كما أضاف بأن الصحيفة قد تخطت مسألة متابعة الخبر وتفسيره في مواد الرأي بل هي الآن من يصنع الخبر ويدير الأزمات، وفي طرح الموضوعات والقضايا على الساحة الدولية، وليس أدل على تأثيرها من متابعة مصادر المعلومات التي تنقل عنها الصحف العربية والدولية، وكذلك بها عدد من الأقلام الكبيرة التي تكتب في مختلف الموضوعات، حيث أنها تستقطب عدد من أكبر وأشهر الأقلام العربية وغير العربية، ومن جنسيات عربية متنوعة، وعلى رأسها اللبنانية والفلسطينية والمصرية والسعودية وغيرها.

وقد أصدرت الحياة عدة ملاحق، منها الملاحق السياسي (تيارات) والملحق الثقافي (أفاق) وملحق الشباب، وملحق المجتمع وملحق المرأة وملحق بعنوان (السينما)، كما أصدرت مجلة الوسيط التي تختص بتغطية الأحداث والقضايا الدولية وتحليل الأحداث العربية والإقليمية، وهي تحمل اتجاه الحياة نفسه، وبعد ذلك صدرت الوسيط بشكل مجلة عربية سياسية أسبوعية، تصدر من لندن كل يوم جمعة،

وأصبحت فيما بعد ملحقا لجريدة الحياة يوزع معها في يوم الاثنين في أكثر من ثلاثين دولة في العلم ويحمل أسم ملحق الوسيط لصحيفة الحياة الأسبوعية.

أما بخصوص عملية إنتاج صحيفة الحياة، فإنها تتم في مكاتبها ب(لندن وبيروت والرياض)، حيث تتجز الصفحة الأولى في لندن، ويسهم مكتب بيروت في جزء منها، أما صفحة الشؤون العربية وصفحات الرأي وأفكار وملحق تيارات فكلها يتم إنجازها في لندن، ويتولى مكتب بيروت انجاز بقية الصفحات، وقد بلغ عدد مكاتبها الخارجية (١٢) مكتبا في عام ٢٠٠٠، تراجع هذه العدد إلى سبعة مكاتب منذ عام ٢٠٠٣ بما فيها المكتب الرئيسي في لندن، ذلك بعد إغلاق بعضها لأسباب اقتصادية، وللصحيفة مراسلون ينتشرون في اغلب العواصم العالمية، حيث يغطون الأحداث فيها، ويرفدونها بكل ما هو جديد.

وفيما يخص الإعلانات في صحيفة الحياة، فقد اعتمدت على شركة الحياة الدولية للنشر، كمصدر رئيسي في التمويل، بسبب انخفاض نسبة المساحة الإعلانية فيها، حيث بلغت (١١,٧%) من مجموع مساحة الصفحات، الأمر الذي يعني أن عائداتها لا تغطي تكاليف الإصدار.

محاضرات مادة الصحافة الدولية / المرحلة الثالثة / صحافة
اعداد: أ.م.د. عقيل الخفاجي

المحاضرة رقم (١٢) : تجربة صحيفتي القدس العربي والشرق الأوسط
نماذج للصحافة الدولية

١ صحيفة القدس العربي :-

وهي صحيفة يومية سياسية مستقلة تصدر عن مؤسسة القدس العربي للنشر والإعلان، وتطبع في لندن ونيويورك وفرانكفورت وتوزع في العالم، وقد تأسست عام ١٩٨٨م، ويرأس تحريرها الصحفي الفلسطيني عبد الباري عطوان، ويقع مقرها الرئيسي في لندن ولها مكاتب في مصر والمغرب وعمان وباريس ودول أخرى. وقد صدرت صحيفة القدس العربي في لندن في أبريل/نيسان ١٩٨٩م كطبعة دولية من صحيفة القدس الفلسطينية، التي كانت تصدر يومياً من مدينة القدس بالأراضي الفلسطينية المحتلة، ويرجع صدور صحيفة القدس الأم إلى اندماج جريدتي الجهاد والدفاع الفلسطينيين في ٢٩ نوفمبر/أيلول ١٩٦٨م، وفي بداية إصدار القدس العربي كانت ملكاً للصحفي الفلسطيني وليد أبو زلف، بميزانية أولية قيمتها ربع مليون جنية إسترليني، وبدعم من منظمة التحرير الفلسطينية، ولكن بعد احتلال العراق للكويت، واختلاف رئيس التحرير عبد الباري عطوان مع المالك للصحيفة، تم الاتفاق على فض الشركة المالكة للصحيفة.

وتصدر الصحيفة عن ملكية شركة مساهمة، يمتلك أسهمها عدد من كبار الصحفيين والكتاب الفلسطينيين والعرب من العالمين بالجريدة، والذين على رأسهم الصحفي الفلسطيني عبد الباري عطوان رئيس تحريرها سابقاً، وسناء علول رئيس تحريرها حالياً، وتعاني الصحيفة من قلة الموارد المالية المخصصة لها، وهو ما يتضح في

محدودية مكاتبها(لندن)،أما باقي المكاتب الأخرى التي تتضمنها ترويسة الصحيفة،ماهي إلا أرقام هواتف وعناوين محرري الصحيفة،الذين يعملون من منازلهم.

أما سياستها التحريرية فتحدد،في إصدار جريدة عربية دولية تهتم بكافة القضايا والشؤون العربية،وآلا تكن جريدة فلسطينية صرف،تستغرقها الشؤون الفلسطينية فقط،بل تعبر عن الاتجاه القومي العربي بوجه عام،ولكن هذا لا يمنع من ارتفاع اهتمامها بالشؤون الفلسطينية،ومن ثم،يصبح ما يميز القدس العربي،ويربط جمهورها بها، ليس الخدمة الصحفية بمفهومها الشائع أو إمكانياتها المادية الضخمة،ولكن ميزة القدس العربي تكمن فيما تقدمه من آراء وأفكار،تعبر عن خط القومية العربية،وهذا دليل على توجهها العربي العام.

ويرى عبدالباري عطوان- رئيس تحرير صحيفة القدس العربي السابق: أن الصحف الفلسطينية الدولية ومنها صحيفة القدس العربي،تختلف عن الصحف العربية الدولية الأخرى،التي تصدر في المهجر من حيث مصداقيتها ومساحة الحرية المتاحة لها،لأن الشعب الفلسطيني ليس لديه نظاماً قادراً على الثواب والعقاب،بعكس الجرائد العربية الأخرى،التي تعمل في ظل سيطرة وتوجيه نظم عربية معينة،ولذا السبب تضاعف توزيع الصحيفة ثلاث مرات عقب حرب الخليج الأولى عام ١٩٩٠م.

وكذلك تميل صحيفة القدس العربي إلى تنوع طاقم كتابها،التي تتكون من جنسيات عربية متعددة،منها المصري والعراقي والسوري والسوداني والليبي،بالإضافة الى الفلسطيني،ويشارك في الكتابة بالصحفية عدد من المسؤولين والصحفيين والمفكرين الفلسطينيين البارزين، وتتوجه الصحيفة إلى الفلسطينيين في المهجر وكافة المهتمين بالشؤون الفلسطينية،كما يتم توزيع الصحيفة في أوروبا وأمريكا وعدد من الدول العربية،التي من أبرزها اليمن والأردن وتونس والمغرب وقطر والإمارات والعراق ومصر،بينما مازال يحظر دخول الصحيفة في عدد من الدول العربية مثل السعودية والكويت وسوريا.

٢ صحيفة الشرق الأوسط :-

صحيفة عربية دولية رائدة ورقية وإلكترونية، ويتنوع محتوى الصحيفة، من حيث الأخبار السياسية الإقليمية، والقضايا الاجتماعية، والأخبار الاقتصادية، والتجارية، إضافة إلى الأخبار الرياضية، والترفيهية إضافة إلى ٢١ ملحقاً متخصصاً، أسسها الأخوان هشام ومحمد علي حافظ، وصدر العدد الأول منها في الرابع من يوليو ١٩٧٨م، وتصدر في لندن باللغة العربية، عن شركة المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق، وهي صحيفة يومية شاملة، ذات طابع أخباري موجه إلى القراء العرب في كل مكان من العالم، وتوزع في جميع أنحاء العالم، وتنقل بالأقمار بالأقمار الصناعية إلى كل من الظهران والرياض والكويت والدار البيضاء والقاهرة وبيروت ودبي، وفرانكفورت، ومرسيليا ومدريد، وتأخذ الجريدة موقفاً معتدلاً من قضية الصراع العربي/الإسرائيلي بالمقارنة بالصحف السعودية الأخرى، وذلك بسبب حركتها نحو الاعتدال والتقارب مع العالم الخارجي.