الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية بين الدبلوماسية العامة والدعاية قناة "الحرة" نموذجًا

الباحث/ محمد محمود فايز حمدان

مرشح دكتوراه إعلام

الجامعة اللبنانية

الملخص:

أسهم التطور التكنولوجي في الأقمار الصناعية وعمليات البث التلفزيوني، بإحداث تحولات في المشهد الإعلامي على المستويين العربي والعالمي، ودخلت الكثير من الدول عصر البث الدولي فقامت بإطلاق فضائياتهاالعابرة للحدود، وكان منها الدول الغربية التي قامت باطلاق فضائيات ناطقة بالعربية، وروجت لهذه الفضائيات كنشاط من أنشطة الدبلوماسية العامة فيما اعتبر الكثير هذه القنوات الفضائية أبواقاً دعائية.

وقد جاءت هذه الدراسة لتبحث في الجدل المحتدم بين الكثير من الباحثين حول توازن وموضوعية هذه الفضائيات ولتجيب على السؤال الرئيس الذي مثَّل إشكالية هذه الدراسة وهو: "**هل تعتبر جهود الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية نشاطات من أنشطة الدبلوماسية العامة، أم ذراعاً من أذرع الدعاية؟**" وللإجابة على هذا السؤال قام الباحث باستعراض ظروف نشأة كل من البث الدولي –الذي تعتبر الفضائيات أحد قنواته– وكذلك الدعاية والدبلوماسية العامة، وسماتهما، وأهدافهما، وتوصل إلى المعايير التي تشكل أوجه التشابه والاختلاف بين المفهومين وتم إخضاع قناة "الحرة" لها للتوصل إلى النتائج.

(ISSN : 2536 - 9555)

مقدمة:

تشكل الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية أحد أدوات تنفيذ السياسة الخارجية للدول الباثة، بالإضافة إلى أن العديد من الدراسات أثبتت أن المواطن العربي يلجأ لمتابعة هذه الفضائيات لثقته بما تقدمه من أخبار وانعدام ثقته بالإعلام المحلي(العبد، 2009).[1]، ولوجود عجز في الإعلام الموضوعي و الحر في العالم العربي (Conniff،2010)[2] و (Clark & Christi،2012)[3].

إشكالية البحث وأسئلته:

أضحى العالم العربي مضماراً لتنافس الدول الكبرى على التأثير في المشاهد العربي والرأي العام العربي، فيما بات يطلق عليه "معركة كسب القلوب والعقول"، وذلك عبر قنواتٍ فضائيةٍ تلفزيونية موجهةٍ ناطقةٍ بالعربية، أطلقتها الدول الأجنبية للمساهمة في تنفيذ سياستها الخارجية وتقديم رؤيتها للأحداث. وقد جاء إطلاق هذه القنوات الفضائية – ضمن جهود البث الدولي للدول المالكة– لأسباب عدة ومبررات معلنة وغير معلنة، تحت مظلة الدبلوماسية العامة.

إلا أن هناك جدلاً محتدماً بين كثير من الباحثين وعلماء السياسة والاتصال حول توازن وموضوعية هذه الفضائيات، وأساليب عملها وانسجامها مع مواثيق العمل والقيم المعلنة للدول الباثة، مما أفضى إلى اختلاف حول كون هذه الفضائيات تشكل نشاطاً من أنشطة الدبلوماسية العامة؟ أمذراعاً من أذرع الدعاية؟ (Zaharna[4]، 2004، و Ham[5]، 2008، و Snow[6]، 2012). وانطلاقاً مما سبق تبلورت إشكالية هذا البحث المتمثلة في السؤال الرئيس التالي: **هل تعتبر جهود الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية نشاطات من أنشطة الدبلوماسية العامة أم ذراعاً من أذرع الدعاية؟**

وقد تبنى الباحث هذا الموضوع للأهمية الكبرى للفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية وتزايد أعدادها، فقد " أصبحت اللغة العربية واحدة من أهم ثلاث لغات تستخدمها القنوات الفضائية عالمياً" (Scanlan،2000 ، ص9)[7].

مفاهيم الدراسة:

تتطلب دراسة البث الدولي والخطاب الموجه للآخر عبر الفضائيات الناطقة بالعربية استعراض بعض المفاهيم ذات العلاقة التي ليس من الممكن إتمام الدراسة دون فهمها واستعراض الظروف التاريخية لظهورها كقنوات فضائية موجهة، ومن هذه المفاهيم: البث الدولي والدعاية السياسية والدبلوماسية العامة والفضائيات عموماً وعلى وجه الخصوص الفضائيات الناطقة بالعربية.

البث الدولي:

من خلال استعراض الأدبيات المتعلقة بالفضائيات الموجهة نجد أن الفضائيات الموجهة تندرج في معظم الدراسات والأدبيات الإعلامية المنتجة باللغة الإنجليزية تحت مصطلح "البث الدولي" والذي يشار إليه بتعبير " International Broadcasting" وهو التعبير الذي يتبناه الباحث في هذه الدراسة، وتعتبر الفضائيات الموجهة والناطقة باللغة العربية أحد قنوات هذا البث.

يعتبر البث الدولي بحسب Nason: " أحد أدوات السياسة الخارجية التي تستخدمها الدول لعكس صورتها في الخارج"، وتنفق الكثير من الدول على البث الدولي، في حين تنفق أخرى لمنع وصول البث الدولي الموجه من الدول الأخرى إلى جمهورها" (Nason،1977، ص128)[8]، ويضيف O'Keeffe: أن البث الدولي يعد "أحد الوسائل الرئيسة لعرض رؤية الدولة ووجهات نظرها وقيمها على الجماهير الأجنبية وزعمائها". (O'Keeffe وOliver، ص4)[9].

(ISSN : 2536 - 9555)

ويصفه Asgharirad بأنه "ميراثٌ من الحرب الباردة" وأنه "لا يزال يعتبر الوكيل الرئيس لممارسة القوة الناعمة" (Asgharirad، 2012، 35 و 141)[10]، أما Price فيعرف البث الدولي على أنه "مصطلح أنيقٌ لمزيجٍ معقد من الأخبار والمعلومات والترفيه، ترعاه دولة باثةموجَهة من خارج حدود الدولة المستهدَفة. وهو استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية من قبل مجتمع محدد لتشكيل رأي عام مواطني وقادة دولة أخرى، " (Price,2003,P.53)[11]، وهذا هو التعريف الذي يتبناه الباحث لأغراض هذه الدراسة.

الدعاية السياسية:

أول من وصف استخدام الدعاية في خدمة الدولة كان المؤرخون والفلاسفة اليونانيون وذلك في القرن الرابع قبل الميلاد حيث بدأوا يشرحون الكون من ناحية الفرد وعلاقته بالدولة، وقد أدرك اليونانيون الحاجة إلى الدعاية لتحفيز وإلهام جنودهم ومواطنيهم وركزوا على دورها كوسيلة نفسية لتشجيع الكبرياء المدني والولاء الشعبي في المجتمع المنظم والمتحضر، كما أن أرسطو وضع مبادئ توجيهية للخطباء الذين يجب أن يبنوا قناعتهم على الحقيقة التي اعتقد أنها "تميل إلى الفوز على الزيف والكذب". وهكذا أسس أحدى القواعد الرئيسة للدعاية الناجحة التي تستخدمها –حسب المفترض– الأنظمة الديمقراطية الحديثة. (Taylor،٢٠٠٣،ص٤–٤٨)[12].

يعرف قاموس كامبريدج (Cambridge Dictionary)[13] الدعاية بأنها: " المعلومات والأفكار والآراء أو الصور التي –غالبًا ما– تعطي جزءًا واحدًا من الحجج التي يتم بثها أو نشرها أو انتشارها بطريقة أخرى بهدف التأثير في آراء الناس".

ويعرفها قاموس ميريام ويبستر (Merriam webster Dictionary)[14] على أنها: ""نشر معلومات أو أفكار أو إشاعات بطريقة منهجية للترويج أو الإساءة لشخص ما أو لقضية ما أو حركة أو أمة أو غيرها"

أما الموسوعة البريطانية (Britannia encyclopedia)[15] فتعرف الدعاية كما يلي: " الدعاية: هي نشر المعلومات و الحقائق وأنصاف الحقائق و الحجج والشائعات – أو الأكاذيب – للتأثير على الرأي العام"

وينص التعريف الرسمي للدعاية لحلف شمال الأطلسي" Nato "على ما يلي: "الدعاية نشر معلومات أو أفكار أو مذاهب أو نداءات خاصة، للتأثير على الرأي أو العواطف أو المواقف أو السلوك لمجموعة محددة من أجل مصلحة مطلق الدعاية بشكل مباشر أو غير مباشر" (Nato،٢٠١١،ص٣٢)[16].

فيما يعرف جاك إللول (Jacques Ellul،١٩٧٣، ص٤-٥٠)[17] الدعاية بأنها: "الطرق والأساليب التي تمارسها مجموعة منظمة على جمع واسع من الأفراد الذين يتمتعون بمواصفات متشابهة بغية تحقيق تغييرات في مواقفهم وسلوكهم – سلباً أو إيجاباً – تجاه قضية ما، وذلك عن طريق التركيز على الجوانب العاطفية والنفسية بشكل منظم "

تلتقي تعريفات الدعاية – عموما- في عناصر مشتركة لتعبر عن **مجموعة من المعلومات والأفكار والآراء أو الصور والمواقف السياسية والعقائد التي تتم معالجتها بطريقة منهجية وبالتركيز على الجوانب العاطفية والنفسية في المقام الأول ثم بثها بشكل متعمد -عبر وسائل الاتصال الجماهيرية- ولجمهور محدد بغية التأثير فيه وكسب تأييده ودعمه أو إذكاء معارضته لقضية ما وفق مصلحة الجهة الباثة.** وهذا هو التعريف الذي سيعتمده الباحث في هذه الدراسة.

(ISSN : 2536 - 9555)

الدبلوماسية العامة:

إن مصطلح "الدبلوماسية العامة" لم يدخل قاموس الشؤون السياسية والدولية إلا في منتصف الستينيات في بيئة الحرب الباردة. ومع ذلك يمكن القول أن جوهر ممارسة الاتصال الحكومي مع الجماهير الأجنبية قديم قدم التاريخ (Chahine،٢٠١٠).

إن التعريف التأسيسي للدبلوماسية العامة أو كما يطلق عليه البعض "صياغة المصطلح" –غالباً ما– يُنسب إلى "Edmund Gullion"الدبلوماسي الأمريكي السابق الذي كان عميداً لمدرسة "Fletcher" للقانون والدبلوماسية في الوقت الذي أنشئ فيه مركز"Edward R. Murrow" للديبلوماسية العامة الذي عرف الدبلوماسية العامة بأنها: "دور الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في الشؤون الدولية في تكوين الرأي العام بواسطة الحكومات، والتفاعل غير الحكومي والمصالح للمجموعات الخاصة في دولة ما مع دولة أخرى و تأثير هذه العمليات العابرة للحدود في تشكيل و صياغة الشؤون الخارجية". (Chahine، 2010، ص 21)[18].

والدبلوماسية العامة كما تعرفها دائرة المعارف البريطانية هي: "الجهود المختلفة التي ترعاها الحكومة والتي تهدف إلى التواصل المباشر مع الجماهير الأجنبية، وتشمل جميع الجهود الرسمية لإقناع قطاعات مستهدفة من الرأي العام الأجنبي لتقبل ودعم الأهداف الاستراتيجية للحكومة، كما تشمل أيضاً تصريحات صناع القرار والحملات الهادفة التي تقوم بها المنظمات الحكومية المكرّسة للديبلوماسية العامة والجهود المبذولة لإقناع وسائل الإعلام الدولية بتصوير السياسات الرسمية بشكل إيجابي للجمهور الأجنبي". (Britannica

Encyclopedia B)[19]. وتعرفها وزارة الخارجية الأميركية على أنها: "برنامج ترعاه الحكومة يهدف إلى إعلام الرأي العام في الدول الأخرى أو التأثير فيه". بينما يميزها Rosen &Wolfبكونها نقل شفاف للمعلومات والأخبار تسهدف فيه الحكومات جمهوراً واسعاً تختاره عمداً (Wolf&Rosen ،2004)[20]، فيما يعرف Tuch الدبلوماسية العامة بأنها "عملية حكومية للتواصل مع الجماهير الأجنبية في محاولة لفهم أفكار تلك الأمة ومُثُلها ومؤسساتها وثقافتها بالإضافة إلى محاولة فهم أهدافها وسياساتها الحالية" (Tuch،1990، ص3)[21]

ويتفق Gurgu&Cociuban مع Tuch حيث يؤكدان أن الحاجة إلى فهم الآخرين تعتبر أساسية لنجاح الدبلوماسية العامة فإذا: "أردنا أن نحقق النجاح في جهودنا لخلق التفاهم لمجتمعنا ولسياساتنا علينا أولاً أن نفهم الأفكار الهامة والثقافة والتاريخ ونفسية الشعوب التي نريد التواصل معها ، وبالتأكيد لغتهم ".(Gurgu & Cociuban، 2016، ص 47)[22].

فالدبلوماسية العامة هي:

الجهود العابرة للحدود التي تبذلها الحكومات للتواصل مع جماهير دول مستهدفة بعينها "فهي قصدية وموجهة"، ومحاولة فهم هذه الجماهير وقيمها وثقافتها وتاريخها وأهداف سياساتها وبالتأكيد لغتها، في مسعى من هذه الحكومات لتصميم الخطاب الموجه للدول المستهدفة، لتشكيل وصياغة آرائه ومواقفه بطريقة تحقق المصالح والأهداف الاستراتيجية للدول الباثة وقضاياها بالإضافة إلى بذل أقصى الجهود لصناعة لترويج الصفات الجاذبة للدول الباثة وترويج قيمها وجوانب قوتها إلى المجتمع الدولي، ولكي تنجح هذه الجهود يجب أن تكون صادقة وشفافة وباتجاهين ترسل آراءها وأفكارها وتسمع وتستقبل آراء وأفكار الطرف الآخر وتسعى لخدمة مصالح الطرفين، ولأداء مهامها وتحقيق أهدافها

(ISSN : 2536 - 9555)

تستخدم العديد من الوسائل والأدوات والقنوات منها البث الدولي وتحديداً الفضائيات الموجهة. **وهذا هو التعريف الذي طوره الباحث بالاستناد إلى التعاريف السابقة واعتمده في هذه الدراسة.**

الفضائيات وتحديداً الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية:

يعرف قاموس Cambridge الفضائيات على أنها: "الخدمات التلفزيونية التي يتم بثها إلى الزبائن باستخدام الأقمار الصناعية"(Cambridge Dictionary)[23]، فيما يعرفها قاموسMerriam–Webster على أنها: "نظام بث تلفزيوني يتم فيه استقبال البث الفضائي عن طريق صحن لاقط في مكان الاستقبال".(Merriam–Webster Dictionary)[24]، أما البكري فيعرفها على أنها: "الأقمار التي تقوم بإرسال إشارات قوية يمكن استقبالها مباشرة بواسطة أجهزة استقبال التلفزيون العادية موصلة بهوائي خاص، بمعنى أن الإشارة المرسلة من الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التلفزيونية كونها عالية التردد، أي إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي وأجهزة الاستقبال مباشرة دون المرور بالمحطات الأرضية أو أي محطات ترحيل أُخرى. (البكري، 2003 ص 110)[25]. فيما يرتكز عبد الباسط في تعريفه للقناة الفضائية على إلغاء أهمية بعد المسافات وإلغاء الظروف المكانية والعوائق الطبيعية ، فيعرف القناة الفضائية على أنها "مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية والسياسية" (عبدالباسط، 2012، ص47)[26].

أما الظاهر والمعماري فيعرفانها على أنها: "استقبال برامج الأقمار الصناعية من خلال الصحون اللاقطة الموضوعة فوق المنازل مباشرة دون مراقبة ودون الحاجة إلى محطات أرضية".(الظاهر والمعماري، 2014 ص31)[27].

وقد استند الباحث على العناصر التي شملتها التعريفات السابقة لصياغة التعريف التالي والذي اعتمده لأغراض هذا البحث. **يعرف الباحث الفضائيات على أنها:**

محطات تبث خدمات تلفزيونية مباشرة عابرة للحدود السياسية والجغرافية، يتم بثها على صورة إشارات عبر الأقمار الصناعية واستقبالها مباشرة عبر صحون لاقطة لدى المستفيدين وعرضها على شاشة التلفزيون، دون الحاجة إلى محطات الاستقبال الأرضية ودون الخضوع لرقابة البلد المستقبل. ويتولى اطلاق هذه الفضائيات وتمويلها إما جهات حكومية أو جهات خاصة تستهدف الجمهور الخارجي بالدرجة الأولى كما قد تستهدف قطاعات من الجمهور المحلي.

الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية:

استناداً على ما سبق ولأغراض هذه الدراسة **يعرف الباحث الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية على أنها:** قنوات تلفزيونية فضائية غير ربحية، عابرة للحدود تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية، وتوجه أخبارها وبرامجها باللغة العربية سعياً منها لاستقطاب المشاهد العربي، ويتولى إطلاقها وتمويلها دول لها مصالح في المنطقة، وتشرف عليها وتمولها إما جهات حكومية أو هيئات مستقلة منبثقة عن برلمانات البلدان الباثة، وتسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الفكرية والسياسية والاجتماعية والثقافية والاقصادية، ولهذا فهي تعتبر إحدى قنوات البث الدولي، ومن غير الثابت أنها أداة من أدوات الديبلوماسة العامة أو ذراع من أذرع الدعاية.

قناة "الحرة" الفضائية:

سيتعمد الباحث تعريف القائمين على فضائية "الحرة" على الموقع الرسمي للقناة، حيث يعرفون "الحرة" على أنها:

(ISSN : 2536 - 9555)

"قناة ناطقة بالعربية تقدم الأخبار والمعلومات بدقة وموضوعية وتوازن، وتغطي الأحداث ذات الصلة بشعوب الشرق الأوسط والعالم والولايات المتحدة على مدار الساعة. وتدعم قناة "الحرة" القيم الديمقراطية والليبرالية، وتبث "الحرة" عبر قمري "عرب سات" و"نور سات" ومجموعة من المنصات الإلكترونية وعبر منصات الكيبل، إلى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ، وتتولى "شبكة الشرق الأوسط للإرسال "MBN إدارة قناة "الحرة"، وهي مؤسسة لا تهدف إلى الربح، يمولها الكونغرس الأميركي من خلال هبة مقدمة من الوكالة الأميركية للإعلام الدولي،(USAGM) وتشرف هذه الوكالة على القناة وتحافظ على استقلالية عملها الإعلامي. (الموقع الرسمي لفضائية "الحرة").[28]

وكأحدى الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية تعتبر "الحرة" أحدى قنوات البث الدولي، الذي يعتبر أحد أدوات السياسة الخارجية. وقد بدأ الاهتمام بالبث الدولي لتسليح النفوذ الخارجي يزداد مع أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 والحرب على أفغانستان. (Price،2003).

تم تأسيس قناة "الحرة" ضمن جهود "الدبلوماسية العامة" للولايات المتحدة الأمريكية، بناءًا على توصية لجنة الشؤون الدولية في الكونغرس الأمريكي، فيما اعتُبِرَ آخر المبادرات الأمريكية لتحسين صورة أمريكا في العالم العربي، وقد خصصت اللجنة مئتين وخمسة وأربعين مليون دولار أمريكي لإطلاق خدمة راديو وتلفزيون لخدمة برامج التبادل الثقافي الموجهة للشرق الأوسط. (Gunter، 2013)[29] ولكن غضبان يرى أن الإدارة الأمريكية قررت تخصيص هذه الميزانية الضخمة لخدمة الدعاية الأمريكية بهدف " تجميل وجه أمريكا وتبرير سياساتها" فيما اعتبره دعاية (غضبان، 2010، ص129)[30].

تهدف الحرة وفقا للمسؤولين عنها إلى الحد من نفوذ قناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين، وتشجيع الديمقراطية وكسب الرأي العام في العالم العربي؛ بحيث تصبح شبكة إخبارية متكاملة ومتوازنة، فقناة الحرة مبادرة أمريكية لتحسين صورة الولايات المتحدة في منطقة تقول واشنطن إنها تريد تشجيع الحرية والديمقراطية بها. عند إطلاق قناة "الحرة" صرح مجلس إدارة "الحرة" إن من أهم أهدافها أن تكون شبكة إخبارية "متكاملة ومتوازنة" وأوضح Norman Patiz رئيس إدارة لجنة الشرق الأوسط في مجلس الأمناء للبث في الشرق الأوسط أن هذه القناة "ستخلق درجة أكبر من الفهم الحضاري والاحترام" وأضاف أن "جزءًا هاما من رسالتنا هي أن نكون مثالاً للصحافة الحرة على الطريقة الأميركية."(موقع قناة الجزيرة)[31].

وبعد تأسيس القناة بستة أعوام اعتبر Conniff وهو مدير سابق لمجلس أمناء البث BBG الذي انبثقت عنه القناة، أن"الحرة"أصبحت مصدراً موثوقا للأخبار والمعلومات لمنظمات الاتصال المحلية والعالمية، ومصدراً مستمراً للأخبار من قبل وسائل الإعلام الأخرى. إن وجود صوت موثوق به في الشرق الأوسط أمر حاسم لمستقبل بناء الجسور بين الثقافات وتعزيز فهم أفضل للناس، وأن قناة الحرة أصبحت "صوت من لا صوت لهم" كما أكد أن "الحرة" توفر بانتظام تغطية أشمل للأحداث التي تنطوي على السياسة الخارجية للولايات المتحدة تجاه الشرق الأوسط أكثر من أي قنوات أخرى في المنطقة. حيث تقدم "الحرة" تغطيات حية للأحداث لا تقدمها الشبكات العربية الأخرى. ووفقا لشركات الأبحاث الدولية مثل (ACNielsen)، فإن جمهور "الحرة" يتجاوز بانتظام عدد القنوات التلفزيونية الإخبارية المشابهة مثل BBC وروسيا اليوم، وفرنسا24، ودويتشه فيله في المنطقة مجتمعاً- بحسب التقرير- ومع ذلك، فإن الهدف الرئيس للحرة ليس

(ISSN : 2536 - 9555)

تحقيق أكبر جمهور في العالم العربي، بل أن تكون "الحرة" مصدراً بديلاً للأخبار والمعلومات. . (Conniff، 2010)[32].

ولكن ما هو رأي الباحثين والعلماء والدراسات؟ وما هو رأي الجمهور المستهدف بفضائية "الحرة"، نشأة وأهدافاً، وأداءًا؟

باشرت "الحرة" بثها في الرابع عشر من فبراير 2014 لكنها من اليوم الأول قوبلت بالرفض من الجمهور العربي بحسب الجارديان*، إذ عبر الجمهور المصري في تحقيق أجرته الجارديان عن عدم ثقته بأمريكا ووليدتها الجديدة واعتبروا "الحرة" مجرد مساحيق لن تفلح في تجميل وجه أمريكا القبيح.

ويعتقد الباحث المخضرم K. Elliott والذي يتمتع بخبرة عشرين عاماً في إذاعة صوت أمريكا أن العلاقة القوية لفضائية "الحرة" مع الحكومة يجعلها عاجزة عن أن تكون موضوعية، لأن وزارة الخارجية تواصل التدخل في أعمال القناة عند وقوع أحداث معينة وتمنع مثلاً بث مقابلات مع من تعتبرهم أعداء أو إرهابيين وتكرر هذا مع "الحرة" مرات عدة بالتالي يتم إقفال قنوات الحوار الذي يعتبر من المواصفات الهامة للدبلوماسية العامة، ولهذا بحسب اعتقاده فإن "الحرة" سرعان ما تثبت أنها محطة دعائية، وأن "الحرة" تواجه معادلة صعبة تتمثل في "جمهور عربي مشكك، وحكومة متدخلة" ".(Filiz،2004)[33].

ويرى غضان أن "الحرة" لم تكن مهنية منذ البداية وأنها كرست برامجها للدعاية المباشرة للسياسة الأمريكية المرفوضة جماهيرياً، ومع محاولتها لاحقاً تقديم خطاب يتسم "ظاهرياً" بالموضوعية لم تنجح في كسب الجماهير العربية ،التي لم تمنح ثقتها لفضائية "الحرة" وظلت تتعامل معها باعتبارها منصة للدعاية الأمريكية. (غضبان، 2010).

*https://www.theguardian.com/media/2004/feb/16/broadcasting.usnews

ويرى الزرن بأن "الحرة" سعت إلى "حجب العديد من الحقائق والأخبار عن المشاهد بما يخدم سياساتها المرتبطة مع العقلية السياسية الأمريكية". (الزرن، 2007، ص 58)[34].

ويعتبر كثير من الجمهور العربي أن قناة "الحرة" أداة للجيش الأمريكي، وأنها متعالية ومتغطرسة (آل داوود،2004)[35].

يعتقد Lynchأن الحكومة الأميركية غير قادرة على استيعاب تقديم "الحرة" لمنتج أخباري احترافي، وأن حملات المحافظين المتشددة لن تسمح بأن تمارس "الحرة" مهام تندرج تحت جهود الدبلوماسية العامة، وستمثل مع الوقت "تلفزيون مارتي العربي" أي أنها تعتبر من أذرع الدعاية الأميركية' وأن "الحرة" بسبب افتقارها للشفافية لم تنجح فقط في تجنب مساءلة الكونغرس، بل أيضاَ ضللته وحافظت على المخصصات المالية المقررة لها، كما ضللت الأميركيين الذين لم يتنبهوا إلى أن الحرة لا تساهم أبداً في جهود الدبلوماسية العامة الأميركية. وبحسب Lynchفلن يسمح المحافظون لأي بثٍ أميركي رسمي إلى الشرق الأوسط أن يشكل وسيلة إعلام حرة وذات مصداقية لأن هذا يعني السماح لمنتقدي السياسة الأمريكية بالتحدث مما قد يجعل أميركا تبدو سيئة، ومن الأدلة على ذلك الإطاحة ب Register المدير السابق للقناة بسبب بثه لخطاب الأمين العام لحزب الله حسن نصر الله مع أن عدم تغطية مثل هذا الحدث السياسي المهم كان من شأنه أن يجعل الحرة تبدو غير مهنية، كما حدث وأن واصلت قناة الحرة عرضًا للطبخ بدلاً من تغطية اغتيال الشيخ أحمد ياسين وذلك لقناعة فريق من المشرفين على القناة بأن "الحرة" تستخدم أموال الضرائب التي يدفعها الأميركيون لتأمين منصة إعلامية "للإرهابيين".. (Lynch،2007)[36]وبالتالي قامت القناة بحجب أحداث كاملة لتعارضها مع السياسة الأمريكية أو لأنها لا تريد اعطاءها

(ISSN : 2536 - 9555)

أهمية على جدول أعمال الجمهور العربي وهذا يتعارض مع مبادئ الدبلوماسية العامة.

وتوصلت دراسة Youmans (الحرة وقانون البث الدولي الأمريكي في "الحرب على الإرهاب") إلى أن جهود التواصل الحكومي الأمريكي مع العالم العربي لا تتوافق مع المثل المعلنة للخطاب الرسمي والتي يتطلب نجاحها أن يتخذ البث الدولي موقفا حوارياً من أجل التواصل مع الجمهور، لكن الحاصل بشكل فعلي هو أن البث الدولي الأمريكي وتحديداً "الحرة" تتعامل مع الرأي العام العربي "كقوة معادية" تتصارع معه في (حرب الأفكار") أو ببساطة تتلاعب به كأسلوب لتحقيق أهداف أكبر. (Youmans،2009)[37]. وأخيراً، إذا كان هناك تأثير لقناة "الحرة" فهو السعي لدعم النموذج الإعلامي السلطوي والتغطية الإخبارية الموجهة سياسياً، وتجاهل التنسيقات الحوارية التي تشرك الجمهور، ونزع الشرعية عن الآراء التي تتعارض مع السياسة الخارجية الأمريكية. (Lynch ، 2006 ،ص250).[38]

والسبب الرئيس وراء ذلك أن الهيكلية الحاكمة للبث الدولي الأمريكي ومنه طبعاً فضائية "الحرة" لم تؤمن مساحات لاستقلالية التحرير كالتي تتمع بها بعض الهيئات الأوروبية المكافئة لفضائية "الحرة".(Youmans، 2009).

الخلاصة:

عبر مواقف الحرة المختلفة وبالاستناد إلى الأحداث التي غطتها "الحرة"، أو التي لم تقم بتغطيتهاباعتبار"أن القول فعل والصمت فعل" واستناداً إلى المعايير التي تفرق بين الدبلوماسية العامة والدعاية وإلى رأي الباحثين أعلاه نستنتج:

–أنه على الرغم من أن للدبلوماسية العامة سماتها وأهدافها الواضحة وأشكالها المتعارف عليها، وأن للدعاية كذلك سمات واضحة –نوعاً ما– وأهدافاً

معلنة وغير معلنة، وأشكالاً متعارفاً عليها اتصالياً، إلا أن هناك تداخلاً بين المصطلحين سواء من حيث المفهوم أو التطبيق العملي ولهذا السبب اعتبرت (Snow،2012) أنه في كثير من الأوقات يتم استخدام المصطلحين بالتبادل.

-إلا أنه على الرغم من عدم وجود حدود فاصلة بشكل كامل، نجد أن فضائية "الحرة" أقرب إلى الدعاية منها إلى الدبلوماسية العامة فهي -إذ تحجب آراء المعارضين وتمنعهم من الظهور على شاشتها- تقدم اتصالاً دعائياً أحادي الجانب، لا ينسجم مع مواثيق عملها التي تنص على التوازن وتأمين منصة حرة للإعراب عن الآراء،ومنح صوت لمن " لا صوت له" كما ادعى (Conniff، 2010)، كما أنها انتقائية في عرض الحقائق وتغطية الأحداث وعرض والأشخاص الذين يظهرون عبرها وهذه سمة دعائية بارزة. وبالمجمل لا تحقق "الحرة" معايير الدبلوماسية العامة المستندة إلى احترام الآخر والانفتاح عليه والمرونة، والاجتهاد في عرض الحقيقة، والاتصال ثنائي الجانب كما يرى (Cull،2008)[39].

المراجع:

1- العبد، نهى عاطف العبد (2009). *اعتماد الرأي العام العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات:* ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس لشعبة علوم الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام بعنوان "أخلاقيات ممارسة العمل الإعلامي" (26-27 مايو 2009) (ص227-309)

2- Conniff, Brian, (2004). "*New Directions in US International Broadcasting*", Foreign Service Journal,January 2004, p. 22-23.

3-Clark, A. M., & Christie, T. B. (2012). *A Clash of Cultures. SAGE Open*, 2(4), 215824401246828. doi: 10.1177/2158244012468282

4- Zaharna, Rhonda S. 2004. "*From propaganda to public diplomacy in the information age*".In War, Media, and Propaganda: A Global Perspective edited

(ISSN : 2536 - 9555)

by Nancy Snowand Yahya Kamalipour, 219. New York, NY: Rowman & Littlefield

5- Ham, P. van. (n.d.). *Place Branding: The State of the Art* - Peter van Ham, 2008. Retrieved from http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0002716207312274

6- Snow , N. (2012, December). *Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy.* Retrieved from https://bit.ly/2nqo18S

7- Scanlan, Christopher. *Reporting and writing basics for the 21st century*. (London: Oxford University Press, 2000) P9.

8-Nason, J. O. H. (1977). *International Broadcasting as an Instrument of Foreign Policy*. Millennium, 6(2), 128-145. https://doi.org/10.1177/03058298770060020301

9-O'Keeffe , A., & Oliver, A. (2010). Lowy Institute Reports:*International Broadcasting And Its Contribution To Public Diplomacy* (pp. 1-71).Retrieved from https://bit.ly/2ojm0Mc

10-Asgharirad, Javad. (2012). *U.S. PUBLIC DIPLOMACY TOWARDS IRAN DURING THE GEORGE W. BUSH ERA*(Doctoral dissertation, FreieUniversität Berlin).Retrieved from https://bit.ly/2kahdeb in July 2nd, 2109

11- Price, M. (2003). *Public diplomacy and the transformation of international broadcasting*. Cardozo Arts and Entertainment Law Journal 21, 51-85., Retrieved from https://repository.upenn.edu/asc_papers/120/

12-Taylor, P. M. (2003). *Munitions of the mind: a history of propaganda (3rd ed.)*. Manchester University Press.ISBN 0 7190 6767 7.

13- Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda

14- Retrieved fromhttps://www.merriam-webster.com/dictionary/propaganda

15-Retrieved fromhttps://www.britannica.com/topic/propaganda

16- North Atlantic Treaty Organization. (2011). *NATO Military Public Affairs Policy Booklet*. Brussels: NATO Office of Information and Press, Retrieved from https://bit.ly/2lSRDv7

17-Ellul, J. (1973). *Propaganda: The formation of men's attitudes*. New York: Vintage Books.

18-Chahine, J. (2010). *Public Diplomacy; A Conceptual Framework*. PhD. Dissertation, McGill University,Montreal: Canada. Retrieved from https://bit.ly/2nwZSNK

19- Retrieved from https://www.britannica.com/search?query=Public+diplomacy

20- Wolf, C., and B. Rosen. (2004). *Public diplomacy How to think about and improve it*. Santa Monica: Rand Cooperation.

21- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. New York: St. Martin's Press.

22- Gurgu, E. & Cociuban, A. (2016). *New Public Diplomacy & its Effects on International level. Journal of Economic Development, Environment & People*, 5(3), 46-57.

23- Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/satellite-television

24- Retrieved from https://www.merriam webster.com/dictionary/direct%20broadcast%20satellite

25-البكري، إياد شاكر، 2003. *تقنيات الاتصال بين زمنين*، ط1، عمان: دار الشروق.

26-عبد الباسط، محمد ناصر، 2012. *الإعلام الفضائي والهوية الثقافية*. ط1، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

27-الظاهر، عبدالله فتحي، و المعماري، علي. (2014)، *أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية و السياسية : قناة الشرقية عين العالم في العراق أنموذجا : دراسة في النقد و التحليل*. ط1. عمان: دار غيداء للطباعة والنشر والتوزيع.

28- مسترجع من موقع قناة "الحرة" https://www.alhurra.com/WhoWeAre

29- Gunter, Barrie & Others. (2013). *Arab Media in a Turbulent World*. (1st ed). Doha: The Peninsula Publishing.

30-غضبان، السيد. (٢٠١٠). *الفضائيات العربية ما لها وما عليها*. ط١، القاهرة: سفير الدولية للنشر.

(ISSN : 2536 - 9555)

31- مسترجع من موقع قناة الجزيرة https://bit.ly/2kqNbmN.

32- Conniff. T. Brian. (2010)."*Alhurra: Today, Tomorrow, and Beyond*" , Perspectives, Volume II Issue 10, October 2010,Washington DC: Layalina Productions, Inc. Retrieved from https://bit.ly/2nybu33

33- Feliz, W. S. (2004). *US International Broadcasting Strategies in the Arab World: An analysis of the Broadcasting Board of Governors' strategy from a public communication stand point.* Arab & Media Society, Fall (13), Retrieved from https://bit.ly/2lNTlxM

34- الزرن، جمال (2007). *تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية*.دمشق: دار صفحات للدراسات والنشر.

35- آل داود, عبدالعزيز. (2004). *قناة الحرة وأمركة العقل العربي*. ط1، الرياض: دار غيناء للنشر.

36- Lynch ,Marc. (2007) *The failure of public diplomacy*, Retrieved from https://bit.ly/2mfj9mV

37-Youmans, W., 2009. *The War on Ideas: Alhurra and US International Broadcasting Law in the 'War on Terror'. Westminster Papers in Communication and Culture*, 6(1), pp.45–68. DOI: http://doi.org/10.16997/wpcc.104

38- Lynch, M. (2006) *Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle EastPolitics Today*, New York: Columbia University Press.

39- Cull, Nicholas J. "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories." The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, vol. 616, no. 1, 2008, pp. 31–54., doi:10.1177/0002716207311952.