

# المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية والسلوكية

ISSN: 2682 - 2725

مجلة علمية نصف سنوية - محكمة

ملاحظات بحثية Research Notes

جهاد فخرالدين

الاتجاهات النظرية والمنهجية المعاصرة فى علم الاجتماع الأسري : مقارنة مستقبلية

سحر حسانى بربري

مظاهر ومسببات اضطراب الهوية الجندرية بين النظرية والتطبيق كما يقررها بعض الجراحين والأطباء النفسيين

إيمان يحيى بيومي أحمد

الآثار الاجتماعية لجريمة الابتزاز الإلكتروني ضد المرأة وسبل مواجهتها: دراسة مطبقة على عينة من الفتيات بمحافظة البحيرة

أمانى يحيى عبد المنعم

دور منظمات المجتمع المدني في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة تحليلية لأنشطة مكافحة الفقر بمؤسسة عمّار الأرض

شيماء محمد حافظ محمد

وسائل التواصل الاجتماعى والحركات الاجتماعية: تحليل سوسيولوجي في ضوء نظرية مانويل كاستلز

مرفت عادل محمد أحمد

عرض كتب Book Review

وليد رشاد -محمود الخواصي

حوار الأجيال د.ماجى الحلواني

المحاور: ياسمين على الدين

رئيس التحرير

المحرر

د.عبد الحميد عبد اللطيف

د. محمد أبو العينين

إبريل ٢٠٢٢

العدد الخامس

## جدارة الإعلام الأمريكي - العربي الموجه

جهاد فخرالدين (\*)

باحث متخصص في استطلاعات الرأي الاجتماعية والإعلامية والسياسية\_ لبنان

### الملخص

يستعرض هذا الموجز أولاً الخلفية التاريخية لدوافع إطلاق الإعلام الدبلوماسي الأمريكي الموجه إلى العالم العربي الذي يرى المعنيون أنه عانى من التعثر منذ إطلاقه بعد أحداث الحادي عشر من أيلول / سبتمبر ٢٠٠١. ثانياً الفرضيات المعرفية الأبتمولوجية التي وُصفت بأنها محورية للبدء بالتفكير في البحث خصوصاً؛ لأنه بما أن الحكومة الأمريكية لا تستطيع الاتصال أو التواصل الإعلامي المباشر مع العرب عبر إعلاميين أمريكيين، فكان لا بد لها من توظيف إعلاميين عرب ليقوموا بمهام الاتصال نيابة عنها عبر وسائل إعلام تملكها هي أي يقدم فريق إعلامي "مستورد" من مجتمع ما، وهو في هذه الحالة إعلاميون عرب، لتمثيل مجتمع ودولة لا يعرفانها من خلال التجربة المباشرة للصيقة بل من المعلومات المتداولة. أشير هنا إلى أن عبارة "مستورد" كان قد أطلقها أحد المسؤولين الأمريكيين للتعبير عن استيائه من أداء قناة "الحرّة" التي أطلقت ربيع ٢٠٠٤ بعد الاحتلال الأمريكي للعراق. كما يستعرض هذا الموجز كلاً من: التراث النظري الذي تم اعتماده مروراً على المنهج وصولاً لاستعراض شديد الإيجاز لبعض النتائج الرئيسية.

(\*) Jihad Fakhreddine (2021), Can Arabs Represent America? The Performativity of U.S-Arab Mediated Public Diplomacy, University of Westminster, UK.



## مقدمة الأطروحة:

استفاقة أمريكا صباح الحادي عشر من أيلول/سبتمبر ٢٠٠١ ، على هجمات غير مسبوقه من نوعها سواء على مستوى أمريكا نفسها، أو حتى على مستوى العالم. وبقدر ما كان لانهايار البرجين صدى عميق في وعي أمريكا لذاتها، كانت الصدمة الأكبر أو ربما الحيرة في عدم قدرة الإدارة الأمريكية على فهم دوافع هذا "الحقد" عليها من قبل مجموعة من شباب المسلمين العرب. وقد أتت استطلاعات الرأي المتلاحقة عن تعبير الغالبية الساحقة لشعوب العالمين الإسلامي والعربي لتعكس انطباعات فائقة السلبية تجاه أمريكا وتحديداً تجاه سياساتها الخارجية. ولعل المفارقة الكبرى بالنسبة لصنّاع القرار في الإدارة الأمريكية حينها هي أن هذه الانطباعات السلبية عن السياسة الخارجية الأمريكية تجاه العالمين الإسلامي والعربي ترافقت مع انطباعات إيجابية عن نواحي متعددة تجاه ماهية أمريكا نفسها: كثافة، وعلوم، وتكنولوجيا، ونظام سياسي ديمقراطي يتمتع شعبها بمساحة لافته لحرية التعبير.

ففي الوعي الأمريكي تكمن المفارقة الكبرى في المعادلة التالية: مادامت السياسة الخارجية للدولة تتم الموافقة عليها واعتمادها بالطرق الديمقراطية، وعلى اعتبار أن الممارسة الديمقراطية هي إحدى الميزات التي تتمتع بها أمريكا بالنسبة للعرب، فعلى الشعوب الأخرى المعجبة بأمريكا أن تتقبل السياسات التي تتمخض عن النظام الديمقراطي. وأكثر ما أقلق إدارة الرئيس الأمريكي حينها "جورج بوش" هو عدم المعرفة المسبقة لاتساع نطاق ما أسموه بالكراهية تجاه أمريكا. وكرر الرئيس الأمريكي حينها عبارات كثيرة تعبر عن عدم إدراك مدى هذه الكراهية. هذا فضلاً عن عدم إدراك أسبابها، الأمر الذي فتح المجال واسعاً لفرضيات لا متناهية تحاول فهم هذه المشاعر السلبية تجاهها. إحدى هذه التبريرات كانت "سوء فهم" لدى العرب لمقاصد السياسة الخارجية تجاه المنطقة التي كان- برأي الإدارات المريكية المتعاقبة- غرضها الرئيسي هو تحفيز الدول العربية على تبني المثل الديمقراطية والازدهار الاقتصادي لشعوب المنطقة.

وقد انتبعت -في الوقت ذاته- الإدارة الأمريكية إلى أهمية الدور الإعلامي لما رأت أنه "تثقيف" للشعوب العربية والإسلامية حول سياساتها الخارجية تجاه المنطقة، الذي اقتنعت أنه كان غائباً كلياً، وغير مأخوذ في الحسابان أصلاً الأمر الذي زاد من الحاجة إلى الاتصال الإعلامي مع العرب، وتثقيفهم وتفسير السياسة الخارجية لهم خاصة الاحتلال الأمريكي لأفغانستان ٢٠٠٢، وللعراق ٢٠٠٣ ؛ حينها باتت الحاجة أكثر إلحاحاً للاتصال الإعلامي المباشر مع العرب خصوصاً وأنها رأت أن الإعلام العربي -بأغلبه- كان حينها مناوئاً للحرب على العراق. هذا؛ فضلاً عن الاعتقاد بأن الإعلام العربي عموماً، والرسمي - الحكومي تحديداً كان في نظرها يتعمد تشويه صورة أمريكا في المخيلة العربية. وبما أن الأهداف المعلنة للحرب كان أهمها نشر الديمقراطية في المنطقة العربية وإيران تحديداً، فكان لا بد من إطلاق -وعلى عجل- إعلام أمريكي عربي موجه، فكانت قناة "الحرّة" التي أطلقت في ربيع العام ٢٠٠٤.

## نبذة تاريخية عن قناة الحرة

تشير كل الأدبيات عن أداء قناة الحرة إلى أنه بدأ واستمر دون التوقعات التي وضعتها لها إدارة الرئيس جورج بوش لإيصال مواقف أمريكا التي تعدّ نفسها الأمة "الاستثنائية" على مستوى البشرية قاطبة. وكان الدليل القاطع لهذا الاستثناء هو الانتصار الساحق التي حققته أمريكا، كدولة رائدة في تطبيق الليبرالية والديمقراطية، على المعسكر السوفيتي خلال الحرب الباردة. هذا؛ فضلاً عن أن الإعلام الأمريكي الدولي الموجه في أثناء الحرب الباردة كان الذراع الرئيسي في تسديد الضربة القاضية للشيوعية.

ولعل المفارقة الكبرى بالنسبة إلى المعنيين بأداء الحرة كانت تتلخص في التالي: كيف يمكن لجهاز إعلامي أمريكي موجه أن يسدد ضربة قاضية للإعلام السوفيتي على مدى نصف قرن، بينما بقي هذا الإعلام الذي أثبت جدارته على مدى خمسة عقود دون الطموحات المرجوة منه عندما تعلق الأمر بمواجهة الأصولية الإسلامية في حرب "أيديولوجية"، حرب "أفكار" ضار. لقد كثرت الفرضيات التي توخّت تفسير أسباب فشل الحرة. غير أنه طرأ تغيير جذري مفاجئ على الإدارة العليا للمؤسسة التي تدير قناة الحرة ورايو سوا، إذ أقيل رئيس المؤسسة الذي بقي في سدة الرئاسة لمدة أربعة عشر عاماً، وعيّن مكانه دبلوماسي أمريكي سابق، له باع طويلة في التواصل مع العالم العربي وهو: ألبيرتو فرناندز. لم يترك فرناندز فرصة إعلامية إلا وانتقد فيها أداء الإدارة السابقة للقناة معتبراً أن أحد أسباب فشلها هو أن العاملين بالقناة لم يكونوا أيديولوجيين بما فيه الكفاية. كما أن الإدارة السابقة لم تمتلك المخيلة الواسعة" في فهم مقاصد المؤسسة أو في إدارتها. كما رأى أن القناة "لم تكن أمريكية بالقدر الوافي" لتعبّر، ولتمثّل، ولتحاول إيصال هذا الاستثناء الأمريكي للشعوب العربية المتعطشة للتعرف أكثر على التجربة الديمقراطية لأمريكا وللحياة السياسية والثقافية والعلمية النابضة لها. كما رأى فرناندز أن الذين عملوا في القناة طوال الفترة السابقة على مجيئه لم يكن بينهم من لديه الدافع لتجاوز الخطوط الحمراء التي رسمها الإعلام- الرسمي العربي- بالنسبة إليه وأن ما كانت تقدمه الحرة هو: "قمامة؛ لا يمكنك تسويق قمامة؛ صحيح!"، كما قال في أحد خطبه في العاصمة الأمريكية. استعرض فرناندز خطته لإنعاش الحرة، أو لإعادة إطلاقها في عدد غير قليل من المقالات والمقابلات والخطب. وفي سياق تنفيذ خطته بين صيف ٢٠١٧ وخريف ٢٠١٨، كانت خطة إعادة الإطلاق قد اكتملت، كما رافق ذلك طرد نحو نصف العاملين في الحرة من مختلف الأقسام واستبدالهم من مجموع نحو ٨٥٠ موظفاً.

جاء التحول -كما أشير أعلاه- في إدارة الحرة واستبدال نصف العاملين بعد الأنتهاء من تحديد الأطر الفلسفية النظرية للأطروحة، وربما لحسن الحظ جاءت الإجراءات التي قام بها الرئيس الجديد للحرة لإعطاء البحث دفعةً معرفياً جديداً خصوصاً لما عدّه أن إعادة إحياء القناة قد يتحقق بطرد نصف العاملين فيها واستبدالهم بطاقم عربي جديد.



## إشكالية الأطروحة وتساؤلاتها

فقد اقتصرَت الدراسات والأبحاث السابقة عن الحرة في غالبيتها على دراسة موقف المشاهدين من الحرة، إضافة إلى عدد محدود تناول تحليل المضمون، ولم يتناول أي منها موقف الإعلاميين العرب العاملين في المحطة مما يقومون به. ففي ظلّ زحمة الأهداف المعلنة للقناة على مستوى الأدبيات الرسمية المنشورة، إلّا أننا لا نعرف شيئاً عن موقف الإعلاميين العرب الذين ينتجون ويوصلون الرسالة الإعلامية للقناة لما يقومون به.

بمعنى آخر، أننا نعرف الكثير عن الأهداف المعلنة للقناة، غير أننا لا نعرف شيئاً عن "المعنى" الذي يعطيه الإعلاميون العرب في القناة للمنتوج الإعلامي الذي ينتجون. وفي سياق الحصول على فهم أعمق لما هو هذا المعنى تتبدى لنا جملة من التساؤلات أو الإشكاليات؛ وهي: هل هناك معرفة مسبقة من قبل الإعلاميين العرب بالأهداف المعلنة للقناة تحديداً، أو للإعلام الأمريكي الدولي الموجه عموماً؟؛ كيف تم التعرف على هذه الأهداف؟؛ ما مدى قناعتهم بهذه الأهداف، هذا إذا ما كانوا على علمٍ بها؟؛ إلى أي مدى تنسجم أو لا تنسجم الأهداف المعلنة مع قناعاتهم؟، كيف يعبرون عن قناعاتهم سواء بالانسجام أو بالاختلاف؟

وقد شكّل التعرف على فهم الإعلاميين العرب للمعنى الذي يعطيه عملهم في الحرة- شكل دافعاً معرفياً آخر كان محرّضاً أساسياً للأطروحة كيف يمكن لإعلامي عربي عمل طوال حياته المهنية في بيئة إعلامية عربية، وفي بلد عربي، أن يمثل أمريكا بكل ما تحتزّنه من اختلافات مقارنة بالعالم العربي؟، وباختصار أكثر: كيف يمكن تمثيل الآخر من قبل إعلامي ليس على صلة أو ابن بيئة هذا الآخر؟ أي كيف يمكن لإعلامي آت من أنطولوجيا معينة، أن يمثل أنطولوجيا أخرى هو ليس فقط لا يعرفها أو شارك في إنتاج ماهيتها؛ بل هي أنطولوجيا ترى أن الأنطولوجيات الأخرى لا تضاهيها بالمفهوم الحضاري؟ بالإضافة إلى هل يمكن التعرف على ماهية أو حقيقة واقع هذا الآخر كما يفهمها هو بنفسه، أم أنه لا يمكن للإعلامي العربي فهم هذا الآخر، إلا من خلال العدسة الأنطولوجية والأبستمولوجية التي يأتي منها الإعلامي العربي نفسه؟

الأسئلة الكثيرة هذه، وإن بدت متزاحمة وفي أكثر من اتجاه، تقودنا إلى مزيد من التساؤلات التي شكلت محاور نقاش في الأطروحة. إحدى هذه التساؤلات تنطلق من أن الإعلاميين العرب المطلوب منهم تمثيل أمريكا، يأتون أصلاً من بيئات سياسية في بلدانهم العربية المختلفة المشاركة في محدودية حرية التعبير الإعلامي. لذا؛ كان التساؤل: كيف يمكن للمجموع سياسياً وإعلامياً -وهو ما ينظر إليه في الأدبيات الأمريكية-، أن يعبر أو يمثل دولة ترى نفسها رائدة في حرية التعبير، إلّا أنها هي بذاتها غير قادرة على التعبير عن نفسها تجاه العرب، الأمر الذي يدفعها للاعتماد على الإعلاميين عرب للتعبير عنها أو تمثيلها؟

وفي سياق المزيد من التعمق في الإشكالية السوسيولوجية في تمثيل الآخر المختلف كلياً عن من هو منوط به القيام بفعل التمثيل، ظهرت إشكالية جديدة بعد تولي فرناندز مهام رئاسة القناة. ففي إحدى خطبه التي استعرض فيها المهام الجديدة الموكلة إليه لإعادة إحياء القناة، وفي سياق حماسته عن استثناء أمريكا كجنة إنسانية لا مثيل يضاهيها في حرية التعبير عن الرأي، رأى أن حرية التعبير المتاحة في أمريكا "ليس بإمكان أي عربي تخيلها" وفي مثل هذه الحالة فالإشكالية الإضافية تتبدى في كيفية تمكّن الإعلامي العربي العامل في الحرة من تمثيل أو التعبير عن واقع استثنائي لا يمكنه هو نفسه تصوره لأنه فائق المثالية المعاشة ولم يسبق له اختبارها؟ هناك أدبيات حول استحالة التمثيل لمكونات استثنائية تفوق القدرة على التمثيل.

## المفاهيم

هذا إذا وضعنا في الحسبان أن فهم الإعلامي العربي في الحرة هو القيام بتمثيل أمريكا. ولا بد من الإشارة هنا إلى أن المقصود بالتمثيل هنا (representation) شقّان. الشق الأول هو: مخاطبة العرب نيابةً عن أمريكا؛ باسم أمريكا إذ إن الحرة وسيلة إعلامية لها واجبات محددة مسبقاً، منها أن يكون خطابها الإعلامي خاضعاً للمعايير التي يتميز بها الإعلام الأمريكي عموماً، ألا وهي: الحيادية والمصادقية التي هي ميزات ترى الأدبيات الأمريكية أنها مفقودة في الإعلام العربي. هذا إضافة إلى خدمة المصالح العليا الأمريكية عموماً وفي السياسة الخارجية تحديداً.

أما الشق الآخر من التمثيل فهو إعادة تصوير أو تمثيل الواقع الاجتماعي لأمريكا بصورته الحقيقية التي هي في نظر الحكومة الأمريكية مغايرة تماماً للصورة المشوهة التي تراكمت خلال عقود في أذهان العرب، وهي أكثر تشوّهاً في أذهان المتشددین الإسلاميين بحسب وجهة النظر الأمريكية. فالحكومة الأمريكية تعتقد أنها في سباق شديد بين سرديتين عن تمثيل الواقع الاجتماعي social reality لأمريكا. الواقع الأول وهو الذي تراه أمريكا لنفسها، أما السردية المنافسة فهي الواقع المشوه السائد في أذهان وعقول ونفوس العرب عموماً. وفي هذا السياق ترى الحكومة الأمريكية أنها الخاسرة حتى الآن. المشكلة الرئيسية التي تجد الحكومة الأمريكية نفسها إزائها الآن هي إيجاد مخرج تستطيع من خلاله العودة إلى حلبة المنافسة في السرديات. وبما أن المطلوب من الإعلاميين العرب العاملين في الحرة أن يعبروا عن السردية الأمريكية المعاشة كما تراها أمريكا هي نفسها، جاء سؤال الأطروحة الرئيسي ألا وهو: هل يمكن للعرب تمثيل أمريكا؟ أما بخصوص جدارة التمثيل، فلقد تنطرت الأطروحة إلى تساؤلات أخرى كان لا بد من طرحها عن إمكانية تمثيل واقع اجتماعي لأمريكا هو نفسه في حالة تبدل وتحول وتغيّر ولم يكن مجيء دونالد ترامب إلى سدة رئاسة الولايات المتحدة إلا دليل دامغ على مثل هذا التحول الذي مثلّ ضربة لما تعدّه أمريكا "استثناء". وبذا أصبحنا أمام جملة من الإشكاليات لا تتعلق فقط بمن هم وكل إليهم تمثيل أمريكا، بل هي متعلقة بإمكانية تمثيل واقع اجتماعي هو نفسه غير مستقر حتى من دون الولوج في طبيعة التحول.



## أهمية الأطروحة

تكمن أهمية هذه التجربة البحثية - إضافة إلى سائر الأدبيات العلمية المنشورة- في أنها تتيح فرصة التعرف على الطبيعة العامة لهذا الإعلام بكل نجاحاته وإخفاقاته بحسب ما هو منشور. ومعظم هذه الدراسات كانت ترصد مستوى المشاهدة-التعرض، ومدى تفاعل الجمهور مع هذا الإعلام، ومدى التأثير فيه، وهو منشور أيضاً في الأدبيات الصادرة عن المؤسسة الإعلامية الرسمية التي تدير هذا الإعلام وتعرف باسمها الأخير المستحدث (United States of America Global Media)USAGM . هذه المعرفة شجعت على الغوص في عقول وقلوب منتجي هذا الإعلام العرب تحديداً: ماذا يعني لهم عملهم بالصميم في خضم كل هذا الحجم المتزايد للأدبيات حول حجم جمهور مشاهدي قناة الحرة التي يشير بعض الدراسات المنشورة إلى ضموه، فيما يشير غيرها إلى استقرار، أو ربما أن هناك ارتفاعاً محدوداً، ولكن من دون الاطمئنان إلى أن قاعدة جمهور الحرة تقف على أرض صلبة تتسع رقعتها بعد أكثر من عقد ونصف العقد على انطلاقتها الأولى، وخلال فترة قصيرة جداً من انطلاقتها الثانية في العام ٢٠١٨ . من الطبيعي وبحكم علاقتي البحثية السابقة مع الحرة، واهتمامي بأسباب قصور التواصل بين العرب وأمريكا، لم يشكلان فقط الدافع للقيام بهذا البحث الأكاديمي، إنما شكلا محرضات فكرية - فلسفية للعلوم الاجتماعية التي بنيت عليها توجهاتي في البحث بكل مراحل.

## الإطار النظري للأطروحة

ثمة إجماع على أن الإعلام الدبلوماسي، عموماً، لم ينظر إليه بعد علماء الإعلام على أنه حقل قائم بذاته له نظرياته المتداولة المرجعية. فعلى الرغم من محاولات التنظير المتفرقة إلا أنه حقل مشتت الانتماء. وقد شكل هذا اللانتماء واللاتنظير تحديداً رئيسياً في دراسة هذه الظاهرة، وتحديدًا جزئياً في مرحلة الإنتاج لهذا الإعلام، ومن وجهة نظر منتجي المضمون أنفسهم، لذا كنت بداهةً أمام اختيار واحد للانطلاق بالبحث وهو البحث المؤسسي (grounded theory) حيث ينطلق البحث من دون أطر نظرية محددة، ومن ثم تتلاقى وتجتمع الأفكار والمعطيات والمعلومات والمفاهيم والاستنتاجات في سياق سيرورة تطور البحث نفسه، إلى أن نصل إلى فهم وتفسير لهذه الظاهرة الإعلامية في سياق هذا التفاعل. غير أنه في المقابل تبدى لي مخاوف كثيرة من اعتماد هذا الاتجاه حيث الوقوع في مجازفة فكرية بحثية غير محسوبة. إلا أنه في المقابل ومع ازدياد اطلاعاتي وقراءاتي السوسولوجية تبلورت لدي معطيات معرفية عدة، جعلتني أفكر في احتمالية اعتماد أو استعارة نظريات أو أطر نظرية متعددة التي بالإمكان تألفها مع بعضها بعضاً، ومن ثم توظيفها في خدمة الغرض الذي تهدف إلى تحقيقه الدراسة. باختصار؛ فإذا كان لا يوجد تنظير للإعلام الدبلوماسي بعد نستطيع باعتماده فهم مسببات نجاح إعلام أمريكي موجه أدنى دوراً محورياً في الحرب الباردة، ونفهم في

الوقت ذاته مسببات إخفاق هذا الإعلام بعد الحادي عشر من سبتمبر، فكان لا بد لي من بناء إطار نظري يستفيد من نظريات قائمة لم يسبق أن جُمعت واستخدمت في إطار مماثل للذي بنيته.

أولى هذه النظريات هي نظرية ستيورات هول في الترميز وفك الترميز للرسائل الإعلامية؛ المعروف أن هول قد وضع نظريته في سياق نقل قوة ومحورية فهم وتأويل الرسالة الإعلامية من المرسل (الوسيلة الإعلامية) إلى المرسل إليه (الجمهور المتلقي، فبالنسبة لهول لا بد أن المرسل يحبك رسالته الإعلامية برموز ما تعبر عن وجهة نظره. وقد سادت لفترت طويلة نظريات تقول: إن وسائل الإعلام هي -في الغالب- قادرة على تحقيق مبتغاها بإيصال الرسالة المرجوة، كما هي، إلا إذا حصل في أثناء إرسالها ما يشوهها أو يحرفها. أما بالنسبة إلى هول فقد رأى أن المتلقي نفسه هو الفاعل في كيفية إعادة ترميز الرسالة، وله المرجعية أو أنه يملك القوة في كيفية قراءة الرسالة وتأويله لها. فإما أن يرفضها، أو يفاوض في تقبله لها، وإما أن يقبلها، فمن دون أي من هذه الاحتمالات فلا يوجد هناك إعلام أصلاً. كما رأى أن الرسالة الإعلامية تمر بسلسلة من المراحل بدءاً من الإنتاج وصولاً إلى التلقي. وهي مترابطة إلى حد كبير إلا أن مصير المرحلة التالية لا تحدده المرحلة اللاحقة له حصراً؛ بل هي مرتبطة أيضاً بديناميكية المرحلة التالية.

ما تم توظيفه من الأطروحة هو أخذ عملية أو مرحلة الإنتاج، والنظر إلى أن الاعلاميين العرب العاملين في الحرة، هم أيضاً متقبلين قبل كل شيء؛ وإذا كان مطلوب منهم أن يرمزوا رسائلهم الإعلامية برموز يتوخاها المرسل، وتؤثر في الوقت نفسه بالمرسل إليه، فلا بد أن يكون هناك مخاض مفهومي شائك تدور رحاه بين المرسل والرسول والمرسل إليه. وتتفاقم الإشكالية المفهومية هذه خصوصاً وأن كلاً من المرسل، من ناحية، والرسول والمرسل إليه، من ناحية أخرى، ينتمون إلى منظومات قيم وأفكار ووجهات نظر مختلفة إلى الحياة. وقد تشكل هذا الاختلاف أو التباين كما أظهرته في سياق تبرير دوافع دراسة هذا الظاهرة الإعلامية.

أما الإطار النظري الأساسي الذي تبين لي أنه يتناسب تماماً مع بناء الإطار النظري للأطروحة فهو من منتجات ماكس فيبر الفكرية، ألا وهو مفهوم النموذج المثالي (ideal type) فالنموذج المثالي بالنسبة إلى ويبر هو نموذج مفهومي يبينه الباحث نفسه بحسب معطيات تتعلق بالظاهرة قيد الدرس يراها مناسبة. وقد تتمحور حول عامل جوهري واحد أو أكثر. إنما تبقى هذه العوامل محدودة جداً، وليس المقصود بالنموذج المثالي أنه يمثل الحالة الأمثل لوجود ظاهرة اجتماعية ما، إنما الغرض هو تحديد معطى أو معطيات محدودة العدد تمكننا من فهم ديناميكية هذه الظاهرة الافتراضية. والأهم من ذلك مقاربتها ومدى تماثلها مع الظاهرة الواقعية الموجودة التي تمارس على أرض الواقع. وباكتمال بناء النموذج المثالي للإعلام الدبلوماسي الموجه بمختلف معايير، الذي بالإمكان الاستناد إليه للمقارنة معه، من خلال واقع كل من الإعلام الأمريكي الموجه في الحرب الباردة والحرب الأيديولوجية





مع الإسلام المتطرف، والتسميات هنا لهذه الجماعات كثيرة.

الإطار النظري الرئيسي الآخر الذي اعتمدته وهو متألف أيضاً، ويستكمل بدوره أو يشكّل بالأحرى أحد عناصر النموذج المثال للإعلام الدبلوماسي، فهو مفهوم الفعل الاجتماعي الذي بنى عليه ماكس فيبر مجمل فهمه لعلم السوسيولوجيا. حيث يرى فيبر أن فعل الإنسان لكي يكون له أي بعد اجتماعي لا بد أن يكون لهذا العمل أو الفعل معنى محدد يضيفه الفاعل على ما يقوم به، كما وأن تكون له دوافعه ومسبباته وتبريراته الذاتية المضمرة أو المعلنة. إلا أن ما يتم أو يعطي فعلاً ما بعده الاجتماعي، هو كونه موجّه إلى أناس آخرين سواء كانوا في الماضي أو الحاضر أو في المستقبل، حيث يأخذ في الحسبان -ولو نظرياً- تصرفاتهم أو ردود فعلهم أو مواقفهم تجاه الفعل الذي يقوم به الفاعل.

هذا على مستوى الفاعل والفعل نفسه. إنما دور الباحث هنا هو تفهّم وتأويل المغزى أو المعنى الذي يضيفه الفاعل على فعله. أما بالنسبة إلى ارتباط مفهوم ويبر للفعل الاجتماعي بالإعلام السياسي الموجه فإنه يتمحور على الناحيتين الجوهريتين في المفهوم، وهما المعنى الذي يضيفه الفاعل على ما يفعله إضافة إلى أخذه في الحسبان سلوك الآخرين تجاه هذا الفعل. ففي حال الإعلام السياسي الموجه يمكن الافتراض بأن أهم شرطين من شروط الإعلام الموجه الكفؤ، هما: الأول أن يكون هناك انسجام في فهم هدف الإعلام في ما بين الإعلاميين العرب في قناة الحرة، وأن يكون هناك -في الوقت ذاته- انسجام في تحديد الشرائح المستهدفة في هذا الإعلام في ما بين الإعلاميين العرب أنفسهم العاملين في الحرة. وثانياً أن ينسحب هذا الفهم على فهم متقارب مع الغرض الذي يريد المرسل تحقيقه من هذا الإعلام. هذا فضلاً عن أن يكون هناك انسجام في تحديد الشرائح المستهدفة لهذا الإعلام في ما بين الإعلاميين العرب أنفسهم في الحرة، وبين الشرائح المستهدفة بحسب رؤية القناة نفسها.

أما العنصر الآخر الذي شكل معطىً جوهرياً آخر محتملاً في بناء الإطار النظري للنموذج المثال فقد استند بشكل رئيسي على نظرية الفعل الكلامي التي أسسها الفيلسوف الإنكليزي جي. ل. أوستني في كتابه (How To Do Things With Words)، وهو عنوان ليس هناك اتفاق على ترجمته إلى العربية. فهناك من ترجمه إلى "كيف تفعل الأشياء بالكلمات"، وهناك من ترجمه إلى "كيف تنجز الأفعال بالكلمات". وجوهر هذه النظرية هو أن التخاطب مرتبط بموقف يعبر عنه الكلام نفسه، كما أن اللغة المنطوقة ليست فقط للإخبار أو للإعلام عن شيء؛ بل لها غرض التأثير على المتلقي. غير أن النص المنطوق، لكي يكون له وقعه المتوقع من إطلاقه يجب أن يصدر عن متكلم له اعتباره وحيثيته ومكانته، وهو موجه إلى مخاطب إليه بعينه، في زمن معين وفي ظرف معين. وحيثية المتكلم هنا محورية، بحيث يجب أن يكون هناك انسجام في وجود العناصر المكونة لهذه الحيثية. فضلاً عن القناعة بوجودها سواء من طرف من يتحدث المتكلم باسمه أو عنه، من ناحية، وقناعة المتكلم نفسه

بوجودها فيه، من ناحية ثانية، وقناعة المخاطب إليه بوجود هذه الحيثية في المتكلم نفسه. فنحن إذاً أمام مثلث متساوي الأضلاع تؤدي فيه حيثية المتكلم دوراً محورياً في إكمالها، إذا ما أراد أن يكون كلامه نافذاً أو أدائياً.

وأريد أن أقر هنا بأن ما أعدّه المحور الأساسي في دراستي الذي يعبر عنه بالإنكليزية بـ performativity إذ إنه يشكل محوراً رئيسياً من عنوان وسياق الأطروحة بمجملها، غير أنني وجدت أنه الأضعف عندما أحاول التعبير عنه باللغة العربية. لذا؛ فعلى الرغم من افتقار اللغة العربية لرديف يختزن مدلول وكثافة المعنى الوارد باللغة الإنكليزية نفسه، فإنّ جهدي قد اقتصر على تبسيط المقصود، ولذا اعتمدت كلمة "جدارة"، وهناك من استخدم كلمة "أدائية" ولعلها الأنسب إلا أنها نادرة الاستخدام، على أمل أن أتمكن في المستقبل من اعتماد كلمة أكثر دقة.

فكما يرى مؤسس نظرية الفعل الكلامي، بأن اللغة لها قدرة فاعلة في الواقع ومؤثرة فيه، فإنّها بذلك ألغت الحواجز القائمة بين الكلام والفعل، بحيث أصبح للكلام المنطوق فعل بحد ذاته. وهنا برأبي يحدث التآلف بين نظرية الكلام والفعل ومفهوم الفعل الاجتماعي. يعود الإطار النظري الذي استعنت به إلى نظرية الفعل الكلامي في بناء النموذج المثالي للإعلام السياسي الموجه - يعود أساساً إلى قسدية هذا النوع من الإعلام. فمثل هذا الإعلام، وفضلاً عن قوله بالالتزام بالمصادقية في نقل الخبر، فله وظيفة جذرية أخرى وهي تمثيل الواقع أو إعادة تشكيله أو التعبير عنه؛ أولاً بالصيغة التي يتوخاها المرسل وثانياً المرجو منها التأثير على المتلقي. وهنا يأتي الترابط بين المعنى المضاف على الإعلام الموجه، سواء منه أو المضمر، وبين قدرته على التأثير. وبذا لن يتمكن هذا النوع من الإعلام من فعل فعله إلا إذا كان هناك انسجام وتناغم في فهم واحد وموحد بين الزوايا الثلاث للمثلث المشار إليه أعلاه؛ بل أكثر من ذلك لا بد من تماسك الأضلاع التي تصل هذه الزوايا ببعضها بعضاً، وفي جميع الاتجاهات.

وإذا عدنا إلى النموذج المثالي للإعلام الدبلوماسي الموجه، فالزوايا الثلاث هي: (أمريكا) المرسل / قناة الحرّة، (الرسول) الإعلامي العربي، (المرسل إليه) المتلقي العربي. وتجدر الإشارة هنا إلى أنّه في حالة الإعلام الدبلوماسي الموجه يستحيل الفصل بين الوسيلة الإعلامية وصاحب الوسيلة. ولا يمكن الفصل في الوقت ذاته بين أدائية الحكومة الأمريكية كمرسل يملك الوسيلة وأدائية الرسول من وجهة نظر المتلقي. وترداد عضوية وارتباط وملاءمة هذه الزوايا والأضلاع الثلاثة إذ إنه في سياق تحليلي لماهية الإعلام الدبلوماسي الأمريكي الموجه وجدت أنه لا يمكن الفصل بين ماهيته وماهية أمريكا كمرسل. فإذا كان الإعلام الدبلوماسي منوط به أن يعبر عن أو يعيد تشكيل واقع اجتماعي عن البلد المرسل للإعلام، فلا بد له بالتالي أن يكون مرتبطاً ارتباطاً عضوياً به.

ولذا؛ فإن الرسالة التي يريد أن يبعث بها المرسل عن طريق الرسول هي مزدوجة التمثيل: فعلى



الرسول الإعلامي العربي في الحرة أن يمثل في آن واحد كلاً من أمريكا ومصالحها، وكذلك مصالح المهتمين العرب الذين يرغبون في الانعتاق من الاستبداد نحو حرية وديمقراطية تمثل أمريكا نموذجها الأمثل كونياً. وهنا يأتي التساؤل الرئيسي للأطروحة: هل يؤمن أو يعتقد الإعلامي العربي في الحرة أنه متوقع منه أن يؤدي هذين الدورين المزدوجين؟ بمعنى آخر، هل يؤمن بأن غرض الفعل الإعلامي المنوط به مراد له أيضاً أن يحقق نتيجة تخدم مصلحة من يتحدث هذا الإعلام باسمهم، أم أنه فقط معني بأداء رسالة إعلامية تعبر عن المصادقية المتوقعة من أي إعلام بصرف النظر عن مصالح الجهة الإعلامية الممولة، أو وضع الجمهور المتلقي؟ أو هل هو معني أصلاً بتغيير الواقع السياسي في العالم العربي لغرض ترغيب وتعريف العرب بمزايا الديمقراطية بحسب النموذج الأمريكي؟

## منهجية الأطروحة

اعتمدت في الأطروحة على طريقتين لجمع البيانات وتحليلها. الطريقة الأولى هي البيانات الوثائقية، وهي متنوعة غير أنها كانت في الغالب منشورات رسمية صادرة عن قناة الحرة نفسها، أو المؤسسة الأم. كذلك الخطب والمقابلات والتحليلات الصادرة عن شخصيات رئيسية في القناة. وتجدر الإشارة هنا إلى أن كمية وافرة من هذه الوثائق توافرت في مرحلة لاحقة من إعداد الأطروحة خصوصاً بعد تولي ألبيرتو فرناندز مهام رئاسة القناة، حيث شرع في نشاط واسع النطاق من خلال الظهور في الإعلام العربي والأمريكي، ونشر عدد من المقالات التي شكلت في مجملها موقفه النقدي اللاذع من أداء الإدارة السابقة للقناة، الذي أدى -بحسب وجهة نظره- إلى فشلها. كما قدم في الوقت نفسه تصورات وخطته لما كان ينوي القيام به لإعادة إحياء القناة. عملياً، شكلت هذه الوثائق مادة بحثية حديثة أعطت في الوقت ذاته دفعاً لتحليل وضع القناة من وجهة نظر رؤسائها فوراً وقت صدورها. أما الأسلوب الثاني للبحث فكان المقابلات المعمقة ذات الأسئلة المفتوحة مع عاملين سابقين في القناة. وتنوعت المجالات التي عملوا بها في القناة، من إدارة القناة منذ تأسيسها، إلى معدي برامج ومخرجين ومعدي نشرات أخبار، ومقدمي برامج حوارية، وإدارة شبكات مراسلين أو مدير نشرات الأخبار الرئيسية. صممت الأسئلة الرئيسية المفتوحة على أن تكون نقاط انطلاق للمناقشة، وكما هي طبيعة هذا النوع من المقابلات، كان هناك أسئلة إضافية للمتابعة أو للاستيضاح أكثر عن أفكار طرحت، وكانت تتطلب المزيد من التعمق لإثراء الأفكار المطروحة.

هذا بالنسبة إلى دراسة الإعلام الأمريكي العربي الموجه، أما بالنسبة إلى دراسة الإعلام الأمريكي الموجه في الحرب الباردة فقد تم الاعتماد على الأدبيات الأكاديمية وغيرها ذات العلاقة. وبذا، تم تعرّف وتفهم المعنى الذي يضيفه الإعلاميون العرب العاملون في الإعلام الأمريكي العربي الموجه لعملمهم الإعلامي من خلال مقابلة عينة منهم. أما بالنسبة إلى أقرانهم في الحرب الباردة فقد تم ذلك من خلال قراءة متأنية للأدبيات ذات العلاقة وتحديداً في دراسة فهم الإعلاميين الأمريكيين ذوي الأصول

الروسية أو الشرق أوروبية لعملهم من ناحية. وفي الوقت ذاته دراسة فهم الكوادر الإعلامية وغيرهم من معارضي وضحايا النظام الشيوعي السوفيتي الذين وفدوا باستمرار وبتدفق إلى الغرب طوال الحرب الباردة، والذين شكلوا الخزان البشري المستدام لهذا الإعلام.

## نتائج الأطروحة

تم تحليل النتائج في إطارين مختلفين غير أنهما متلازمان. اقتصر الإطار الأول على: "عرض وتصنيف فهم العاملين في القناة لعملهم بناءً على تجاربهم فيها التي تراوحت ما بين سنتين إلى أكثر من ١٢ سنة". ومن بعض النتائج الرئيسية المختارة التي أشير إليها على سبيل المثال: اختلافات في المعنى الذي يضيفه العاملون في القناة إلى ما يقومون به. أما التباين الآخر في المواقف والاتجاهات فقد كان في تحديد مفهوم للشرائح الديموغرافية / الاجتماعية التي يتوجهون إليها عند إعدادهم للبرامج أو حتى تصوراتهم لطبيعة مشاهدي القناة في العالم العربي. إلا أن الإطار الثاني من تحليل الناتج: قد انتقلت إلى مرحلة ربط الملامح العامة التي أظهرتها نتائج الأطروحة- أي ما يعني أن يكون لدى العاملين في القناة تباين واضح لمعنى عملهم، ولفهم أهداف القناة. والتباين في تحديدهم للشرائح المستهدفة في المرحلة النهائية- بالخلفية النظرية التي تم اعتمادها وبنائها وذلك لغرض استخلاص النتائج النهائية لفهم هذه الظاهرة الإعلامية من منظار العرب فيها، وذلك مقارنة مع التطلعات والأغراض المعلنة لهذا الإعلام. ولعل هذا التباين هو في الواقع تحصيل حاصل، ومتوقع بحسب تقديرات علماء الاجتماع لدى دراستهم لفهم العاملين لفعل اجتماعي واحد ما في مؤسسة ما. إلا أنه يأخذ مدلولاً آخر، وهذا ما تطرق إليه تحليل النتائج بإسهاب وخصوصاً عندما يكون مغايراً أيضاً للأهداف المعلنة للقناة؛ سواء من حيث المعنى الذي يصفونه لعملهم أم من فهمهم لطبيعة الجمهور المستهدف للقناة. هذا -لا يعني بالضرورة- أن القناة -على المستوى الرسمي- لديها تصور واضح للجمهور المستهدف. وفي مقابل تباين تصور العاملين في القناة من وإلى أي جمهور، أو إلى شرائح محددة، أو إلى كافة العرب، نرى أن أدبيات القناة تشير إلى المستهدفين الناطقين باللغة العربية دون توضيح المقصود بذلك.

أود الإشارة أخيراً هنا إلى أن ما تم الإشارة إليه هنا من نتائج ليس إلا إحدى النتائج على أمل أن تتسنى لي فرصة الكتابة باستفاضة أكثر في وقت لاحق، وخصوصاً بما يتعلق مقارنة أدائية أو جدارة كل من الإعلام الأمريكي الموجه، أو أدائية أو جدارة الإعلاميين العاملين فيه، سواء في الحرب الباردة أو الموجه إلى العرب، وتحديداً عندما يتم مقارنة مع الإعلام الموجه النموذج المثال. ففي حين يقارب أو يتماثل إعلام الحرب الباردة مع كل المواصفات المفترضة، لا يكاد الإعلام الموجه إلى العرب يقارب أو يتماثل مع أيٍّ منها.

# The Egyptian Journal of Social and Behavioral Sciences (EJSBS)

*An International Peer-reviewed Scholarly Journal*

Published Twice Per Year

ISSN: 2682 - 2725

Issue No. 5

April 2022

Chief Editor

**Dr. Abdel-Hamid Abdel-Latif**

Editor

**Dr. Mohammed Aboelenein**