

الفصل (١١)

CNN

الدور والتأثير الدولي

International Role and Impact

والمنافسون العالميون

And Global Competitors

التقديم

الذكريات من القصص الإخبارية العاجلة الرئيسة على المستوى العالمي- مثل تغطية احتجاجات ميدان Tiananman الصيني، حروب الخليج، موت الأميرة ديانا في باريس، المد المحيطي تسيونامي الآسيوي، والصعوبات القانونية أمام Bernard Madoff- تذكرنا بأن الصحافة في قلب الحدث لتنتقل لنا المشهد العام دقيقة بدقيقة. جمع الأخبار في US وفيرة وظاهرة على : ABC, CBS, FOX; NBC، ومنافذ إخبارية أخرى. يضاف إلى ذلك، يوجد الآن ثلاث "قنوات كل الأخبار" هي : CNN, MSNBC, FOX. توجد شبكات كل الأخبار العالمية: خدمات تليفزيونية دولية: CNN, BBC.

إذاعات البث التليفزيوني الأمريكية، الأوروبية، والآسيوية، كانت ولا تزال تغطي الأحداث الدولية منذ عقد الثلاثينيات (١٩٣٠). إذاعات البث الأجنبي مثل BBC البريطانية وشركة Deutschewell الألمانية، إلى جانب الكثير من مكاتب شبكات التليفزيون الرئيسة الدولية، قد كانت ولا تزال تغطي الأحداث العالمية على فترة بثها الإذاعي المسائية منذ عقود. ما هو مختلف الآن، أن شبكة أخبار الكابل (CNN) غيرت شكل وسائل الإعلام الدولية بطريقة جذرية. انتقلت المشاهدة من شكل ٣٠- أو ٦٠ دقيقة وقت أساسي للبث الإخباري إلى شكل ٢٤ ساعة بحيث أصبح البث الإذاعي يركز على الأخبار وبرنامج الشؤون العامة من المنظور القومي والعالمي على السواء. تناضل CNN وشبكات- كل الأخبار حول القصص الإخبارية الجديلة العاجلة، الانقلابات، الزلازل، والقصص الإخبارية التي تستمر على مدى أيام، أو حتى أسابيع مثل استجابة تسيونامي في ديسمبر ٢٠٠٤. مثال آخر يأتي من انتخابات فلوريدا ٢٠٠٠ ذلك المسلسل الإعلامي الذي رأي تقييم جمهور CNN يزيد ٦ أضعاف، بينما قبل أربع سنوات لم تصل MSNBC إلى ذلك التقدير مطلقاً. قد جذبت CNN المنافسة لأنها قد أثبتت أن هناك سوقاً متميزة ومتخصصة بالنسبة لتليفزيون كل الأخبار. CNN وسيلة إعلامية مملوكة لشركة Time Warner، وكانت ولا تزال تفقد حصتها التسويقية وخاصة لحساب أخبار FOX. يقال الكثير عن هذه الظاهرة فيما بعد.

تعتبر الأخبار الحدود القومية والدولية دون نظر إلى الوقت أو المسافة. قد أحدث ولا يزال الإعلام الدولي والتكنولوجيات الحديثة تأثيرات عميقة على المواقف الإخبارية، مصادر الأخبار، أساليب جمع الأخبار، وال جماهير تقريباً في كل مكان. نما اتجاه وسائل الإعلام الدولي خلال القرن العشرين إلى جانب الاقتصاد العالمي. قد كان ذلك ممكناً بفضل الراديو، الخدمات السلكية، المجالات، الصحف، القمر الصناعي، ميكروفونات الفيديو، وإرهاصات شبكات كل الأخبار العالمية في العقد الثامن (١٩٨٠). عندما فتحت الكثير من الدول حدودها أمام الإشارات المستوردة أخذت كل من الأخبار والترفيهات أهمية أكبر عندما سعت الشركات الإعلامية من كل التنوعات إلى جماهير أكبر. غالباً كانت هذه الجماهير الأكبر من بلدان محورية أخرى، وأيضاً من بلدان شبه هامشية، وأحياناً من بلدان هامشية. سعت وسائل الإعلام إلى هذه الجماهير الأكبر لكي تزيد من إيراداتها الإعلانية لشبكات التلفزيون العالمي القائم على الأنشطة الإعلانية. من منظور الاستعمار الإلكتروني، التأثير الإعلاني المحتمل على سلوك المستهلك كان مراراً وتكراراً ذا قلق ثقافي أكبر من البرامج ذاتها. مضامين الإعلان العالمي، وعلاقته بالنظام العالمي، ونظريات الاستعمار الإلكتروني يتم تناولها بالتفصيل في الفصل (١٥).

إلى جانب تغطية الأخبار الدولية تأتي المنافسة المتنامية. بحلول العقد الثامن (١٩٨٠) قد طور العالم شهية ضخمة للبرامج التلفزيونية من كل الأنواع، بما في ذلك الأخبار والمعلومات. من المثير للدهشة، في بداية العقد الثامن (١٩٨٠) Ted Turner الذي أخذ المبادرة الجريئة لإنشاء "شبكة كل الأخبار ٢٤ ساعة". كان مقرها Atlanta، جورجيا، لقد رأى أن هناك حاجة، وخطى إليها خطوة. قدم Turner في ١ يونيو ١٩٨٠ شبكة أخبار الكابل المشهور بالمختصر CNN. في ١٩٨١ دشّن أخبار CNN Head line، وفي ١٩٨٥ الشبكة الدولية لأخبار الكابل (CNN). استجابة للمنافسة المتزايدة. كانت أهداف CNN، وضع برامج للتوسع دولياً انطلاقاً من الإمكانيات التي يتيحها القمر الصناعي وقدرات جمع الأخبار، وأصبحت شبكة الأخبار التلفزيونية العالمية الرائدة. يستحق Ted Turner الإعجاب والثقة بتماسكه، رؤيته، واستثماراته المتعمقة، المنبثقة من إدراكه أن هناك سوقاً للأخبار ٢٤ ساعة. لقد سعى إلى خلق جمهور عام أفضل تثقيفاً.

بدون شك CNN الأب الروحي لأخبار التلفزيون العالمي. الآن، الملايين في أكثر من ٢٠٠ دولة يشاهدون شكل كل الأخبار - ٢٤ ساعة. لقد رأيت بعض المجلات الإعلامية أن هناك سوق عالمي متميزة للصحافة المطبوعة، بحيث تتطلب قطاع للأخبار العالمية. ما قد نجحت CNN في القيام به أنها طورت الظاهرة العالمية، وأوجدت سوق الأخبار التلفزيونية المتميزة. مع تطور وتوسع الاقتصاد العالمي صنعت الجماهير نفسها انطلاقات من مشاهدة التلفزيون: جمهور مناطق، مثل الأوروبيين أو أمريكا اللاتينية، أو كمواطنين دوليين. هؤلاء يهتمون بالأحداث العالمية وأيضاً المحلية، والقومية. فهم Turner هذه الرغبة في المعلومات العالمية. لقد كان لديه الموارد المالية الأساسية للإبقاء على CNN تعمل على الهواء - ٢٤ ساعة طوال سنواتها الأولى. لكي تصل CNN إلى نقطة التعادل عالمياً لم يكن هذا قبل منتصف عقد الثمانينيات (١٩٨٠)، إذا لم نذكر تحقيق الأرباح.

فيما يتعلق بالتلفزيون، أساساً، الدول فقط، هي التي طورت ورخصت بشبكات التلفزيون - باستثناء عالم BBC، الذي يجمع بين الدولة والشركة. كان الكثير مجرد امتداد شبكات الراديو القومية للدولة، من خلال شبكات "مايكروويف" أرضية أو عبر خطوط التلفون داخل حدود الدولة الوطنية. لم يكن هناك نظم تلفزيون متعددة الحدود الوطنية للدول حتى نجاح CNN الواقعي الذي أجبر دولاً أخرى، وخاصة داخل الاتحاد الأوروبي (EU) أن يأخذ على عاتقه الخدمات التنافسية مثل الأخبار الأوروبية Euronews. لقد كان القمر الصناعي القوة التقنية الضخمة وراء نجاح CNN، وأيضاً إنشاء شبكات أخرى مثل France 24، والجزيرة. لقد كانت CNN ناجحة إلى حد أنها جذبت المنافسة: قنوات القمر الصناعي في أوروبا وآسيا والتي تنسب إلى BSKyB ضمن امبراطورية Rupert Murdoch وأيضاً BBC. في عام ١٩٩٤ دشنت خدمة الأخبار التلفزيونية - ٢٤ ساعة لتغطي آسيا بالإضافة إلى أوروبا.

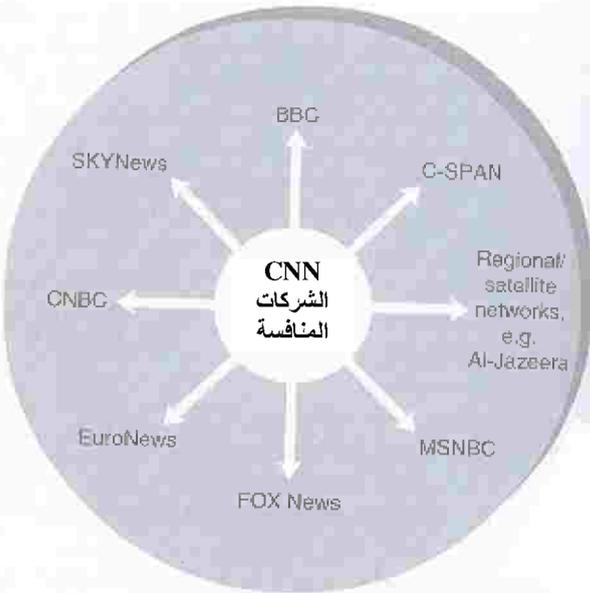
أعلنت الحكومة الفرنسية خطأً تستند إلى القمر الصناعي معادلة لشبكة CNN لكي تصل سياسة فرنسا العامة إلى الموضوعات الدولية، وقد دشنت في عام ٢٠٠٦، تحت مسمى France 24، بتكلفة ٤٠ مليون \$ مصروفات بداية تشغيل من الحكومة الفرنسية. إنه التحدي لشبكة CNN كما

هو الحال مع قناة الجزيرة، وقناة العربية اللتان تمثلان التحدي العربي ومعهما أيضاً BBC. تريد France24 أن يفهم العالم المنظور وأيضاً قيم الثقافة الفرنسية. إنها تبث بالفرنسية والإنجليزية ٧/٢٤، وأيضاً العربية على مدى ١٠ ساعات يومياً. تستخدم فرنسا الإنترنت على أنها نظام توزيعها الأساسي، كما أنها إذاعة فيديو عبر الكابل/قمر صناعي. إنها تنظر إلى CNN باعتبارها المنافس الرئيسي، وقد استخدمت أكثر من ٥٠٠ موظف طول الوقت بالإضافة إلى قوة تكميلية من أكثر من 1,000 مراسل أجنبي حول العالم.

لأن CNN تحقق نجاحات قومية ودولية، بالإضافة إلى جاذبيتها التنافسية العالمية فقد نجحت في جذب المنافسة إلى داخل وطنها US أيضاً. الآن توجد شبكتان كل الأخبار جديدتان -٢٤ ساعة- MSNBC وأيضاً FOX توفران منافسة محلية لشبكة CNN وشركتها التابعة أخبار headline (أنظر الشكل ١-١١)

شكل ١-١١

المنافسون لشركة CNN الأجانب والمحليون ، ٢٠١٠



يقدم هذا الفصل بالتفصيل دور وسيلة الإعلام الدولية الرئيسية CNN منذ بدايتها كفكرة وحتى أنشطتها الحالية. إنها تتعامل أيضاً مع منظمات وسائل إعلام عالمية أخرى ذات سمعة لاقتة مثل BBC، صوت أمريكا، راديو Marti، والشبكة الألمانية.

CNN

تغير جمع المعلومات والأخبار الدولية بسبب Ted Turner وشبكتة CNN. ولدت عهد جديد كتابة التقارير العالمية في ١٩٨٠، حيث أصبحت الحدود الوطنية تقادمت بفعل القمر الصناعي والكابل. على الرغم من أن العديد من البلدان والشركات دخلت ولا تزال تدخل سوق المعلومات العالمي، كان لا يوجد مصدر للأخبار حينئذ على نفس مستوى النجاح الذي حققه Turner، وجوهرة تاجه CNN.

CNN، أصلاً قسم من نظام Turner للبحث الإذاعي، والتي تمثل قيادة الأخبار الدولية العالمية. في أكتوبر ١٩٩٦ اشترى Time Warner إذاعة Turner مقابل ٦.٥٤ بليون \$ وأصبح الأخير نائباً للرئيس والمساهم الأكبر في Time Warner. خلق اندماج CNN وسيلة إعلام عملاقة ليس لها قرين، مع القدرة الفائقة في الوصول إلى تغطية أخبار العالم الحية والمباشرة والأكثر دقة، وتقديمها إلى الجمهور العالمي. ساعد CNN على تحقيق هذه الأهداف مبادرات تكنولوجية مبتكرة، وأرضية جديدة لصناعة الأخبار التليفزيونية، وما يزيد على 4,000 عامل و٣٦ مكتباً على مستوى العالم. بالإضافة إلى شركاتها التابعة قد دشنت راديو CNN، يقدم هذا القسم برامج - كل الأخبار إلى تقريباً ٥٠٠ محطة راديو على المستوى القومي. تنتج CNN ٦ ساعات من الأخبار باللغة الأسبانية توزع داخل US وعبر أمريكا اللاتينية. في عام ١٩٩٥ دشنت CNN قناتها التفاعلية " في الفضاء الإلكتروني لتقديم خدمة" تفاعلية رائدة في العالم.

باعتبارها وحدة من وحدات الشركة الأم Time Warner، فإن حال CNN تحول إلى ما لا يرام. تغيرات متكررة في فريق الإدارة العليا، وخطوات وقرارات خاطئة في الشركة الأم أثرت سلباً على CNN. مع تخفيض الميزانية، تراجع وضع CNN إلى المرتبة الثانية بعد FOX وأحياناً تنزلق إلى الثالثة بعد MSNBC، في حرب الترتيبات الذي يجري أسبوعياً.

أول بث حي مباشر

يتناول هذا البث خبر عاجل عن قائد الحقوق المدنية الأسود والديمقراطي المشهور Vernon Jordan. في ٢٩ مايو ١٩٨٠، أصيب Jordan بطلق ناري، في إحدى مدن انديانا. زاره في المستشفى الرئيس جيمي كارتر. وراعت CNN القصة الإخبارية حية أثناء اليوم قبل أي شبكة إخبارية أخرى، لأن الشبكات التقليدية تبث مثل هذه الأخبار في نشراتها المسائية. وجدت الشبكات الأخرى نفسها في مأزق، وبدأت تجتر هذا الدرس مراراً وتكراراً بأن CNN تستطيع أن تقدم الخبر العاجل في أي وقت.

ميدان تيانانمين Tiananmen

فرصة لقصة إخبارية لافتة أخرى. في مايو ١٩٨٩ زار الرئيس الروسي جورباتشوف الصين بعد قطيعة بين البلدين منذ ١٩٥٨. كل الإذاعات الأساسية في US حصلت على تصاريح لتغطية الحدث من الصين. بعد ستة أيام غادر جوربا تشوف الصين، ولكن CNN كانت لا تزال لديها ترخيص بالبحث الإذاعي ليوم آخر. عن طريق الصدفة، حدثت احتجاجات ميدان تيانانمين خلال ٢٤ ساعة التالية. كانت السلطات الصينية في حالة رعب ودمار نتيجة التغطية العالمية التي تقدمها CNN للعالم. الرئيس "الأمريكي بوش" الذي كان يقضي أجازته خارج العاصمة ذكر بوضوح أنه كان يشاهد الأحداث حية ومباشرة على شاشة CNN، وأن كل ما كان يعرفه هو ما تعرضه CNN- بالضبط كما هو الحال مع باقي العالم. تفاقمت الدراما حيث استمر المتظاهرون في الميدان الذي يعرف بميدان السلام السماوي، في تحدى القوات والدبابات الصينية. بدأت دراما أخرى تنبثق عندما حاولت السلطات الصينية إيقاف تغطية CNN المباشرة، ولكن طاقم CNN وفضوا تفكيك أجهزتهم ومعداتهم، وقد أذيعت كل الأحداث والمواجهات حية ومباشرة. كررت السلطات الصينية المحاولة، ولكن CNN قالت أنها لن توقف التغطية ما لم يصلها خطاب من وزير الاتصالات الإعلامية.

أخيراً وصل خطاب وزير الاتصالات عن بعد الإعلامية الصيني، حينئذ توقفت CNN عن التغطية. أصبح الآن حقيقة ملموسة، كل ما كانت تدعيه CNN عن إمكانيات وقدرات شبكة الأخبار العالمية، ولكنها كانت في حاجة إلى دليل آخر. جاء الدليل والإثبات من حرب الخليج.

حرب الخليج الأولي

كانت CNN معدة جيداً لتكون المنفذ الإعلامي للتغطية الحية لأزمة الخليج عام ١٩٩١. وعندما أراد الملك حسين أن يوصل رسالة حول أزمة الخليج، فقد أرسلها عبر CNN. بدأ القادة على مستوى العالم يتصل كل منهم بالآخر حول أزمة الخليج خلال CNN، بل ويعرفون سير المعارك ومدى تقدمها نتيجة التصاقهم بشبكة CNN وتغطيتها الحية. أعطيت CNN ترخيصاً وللبث المباشر من بغداد. عاشت شبكات US الأخرى حالة من الحسرة والحسد حيث تنتج CNN التغطية الحية والمباشرة الوحيدة والعالمية من منطقة الحرب. على الرغم من تحذيرات البيت الأبيض لإخلاء المنطقة قرر طاقم CNN من المراسلين والإنتاج البقاء. عندما بدأ القصف من المدافع والدبابات في ١٦ يناير ١٩٩١ كل الشبكات الإذاعية الأمريكية والأوروبية كان لها فرق عمل في ميدان المعركة في الشرق الأوسط، ولكن بعد أربعة أيام من بداية الحرب، من بين مئات الصحفيين وأعضاء الفرق الميدانية بقي فقط ١٧ مراسلاً. من هؤلاء ٩ كانوا من CNN. أراد المسئولون الأمريكيان لهجة متفائلة. سعت العسكرية الأمريكية إلى دعاية تعمل على إقناع الجمهور الأمريكي بأن الحرب كانت ضرورية. كانت هناك بعض الأخطاء التي لم يكن من الممكن تفاديها. اعتبرت CNN على قمة التميز دولياً لأنها تفوقت على كل شبكات التلفزيون بتغطيتها الحرب.

قدمت حرب الخليج لشبكة CNN، الفرصة والتحدى. كانت الفرصة مباشرة: سوف تكون CNN قادرة على البث الإذاعي الحي الذي يتناول صراع دولي في منطقة حساسة على المستوى الدولي، ليس فقط موجهاً إلى جمهورها العريض في US، ولكن إلى عدد لاقت من المشاهدين على مستوى العالم. الذي جعل حرب الخليج أحد أعمدة نجاح CNN عبارة عن الحقيقة، ليس لأن هذه لم تكن المرة الأولى، ولكن أيضاً لأنها واحدة من منافذ البث الإذاعي القلائل التي حصلت على ترخيص من كل من القوات المسلحة العراقية والأمريكية لكي تستمر في أخذ لقطات تصوير الفيديو. لم يسمح بهذا الترخيص لنظر CNN الأوروبيين، الكنديين، والأسويين، للبث من الخطوط الأمامية.

تحولت حرب الخليج لتكون لحظة محددة أخرى في تاريخ CNN. حتى القادة في كلا البلدين انخرطوا في الصراع- الولايات المتحدة والعراق- قرروا بصراحة أنهم كانوا يتابعون تقدم الحرب على CNN. أزجعت هذه الحقيقة الكثير من الإذاعات الأجنبية، خبراء السياسة العامة والسياسيين في بلدان أخرى لأنهم يشعرون بإجبارهم على متابعة الأحداث وتفسيرها باللغة الإنجليزية، وأن يسيروا باستمرار خطوة خلف CNN. نتيجة لذلك، بعد الحرب، الكثير من الحكومات، وخاصة الأوروبية أنشأت خدمات تليفزيونية بديلة أو منافسة، لكي يمكنهم عند وقوع أحداث دولية مهمة ويمكن أن يكون لديهم إذاعاتهم، محليهم، ولقطاتهم التصويرية لخدمة مصالحهم القومية، وتقديم وجهات نظرهم، بدلاً من الاعتماد على إذاعات أجنبية مثل CNN. تتضمن هذه الشبكات المتنافسة، Euronews، France24 والتوسع في خدمة تليفزيون BBC الدولي، والذي نتناوله بمزيد من التفصيل في هذا الفصل. دعمت حرب الخليج السياق الذي تغطي وتحدد فيه وسيلة الإعلام الإخبارية القصص الإخبارية والمعلوماتية الدولية. لخص أحد المحللين لحرب الخليج دور CNN الجديد والمهم في هذه الحرب:

خلال خريف وشتاء عام ١٩٩٠، بفضل الدور الذي حددته CNN لنفسها كمحاور إلكتروني لحظي بين بغداد وواشنطن، أصبح واضحاً أن التليفزيون سوف يلعب دوراً بارزاً بصفة خاصة في أي صراع. فقد أصبح واضحاً بالفعل أنه يتوفر منبر عام لعالم الدبلوماسية السرى بصورة تقليدية، فإن CNN كانت ببساطة تامة تغيير قواعد السياسات الدولية، وأنه نتيجة لذلك، كان من المحتمل أيضاً تغيير الطريقة التي يمكن بها مستقبلاً إسقاط الحرب على شاشات التليفزيون العالمي.

المراسل المعروف بتغطيته غير المسبوقة لحرب الخليج Peter Arnett عضو طاقم CNN؛ جعلته تغطية حرب الخليج واحداً من أكثر المراسلين الحربيين بروزاً في العالم. وضعت Peter Arnett باعتباره الصحفي القدوة الحسنة التي يحتذى بها؛ المراسل الذي قابل تحديات مهنية حديثة التعريف، بالرغم من المخاطر والصعوبات المهنية الضخمة. ببقائه خلف خطوط العدو ليكتب تقريره عن القصة الإخبارية، يقدم مثلاً لمسئوليات المراسل في عهد الإعلام الذي يتغذى من القمر الصناعي تغذية حية ومباشرة. ومع ذلك لم يخلو نشاطه من الانتقادات التي وصفته بأنه لا يحب أمريكا عندما

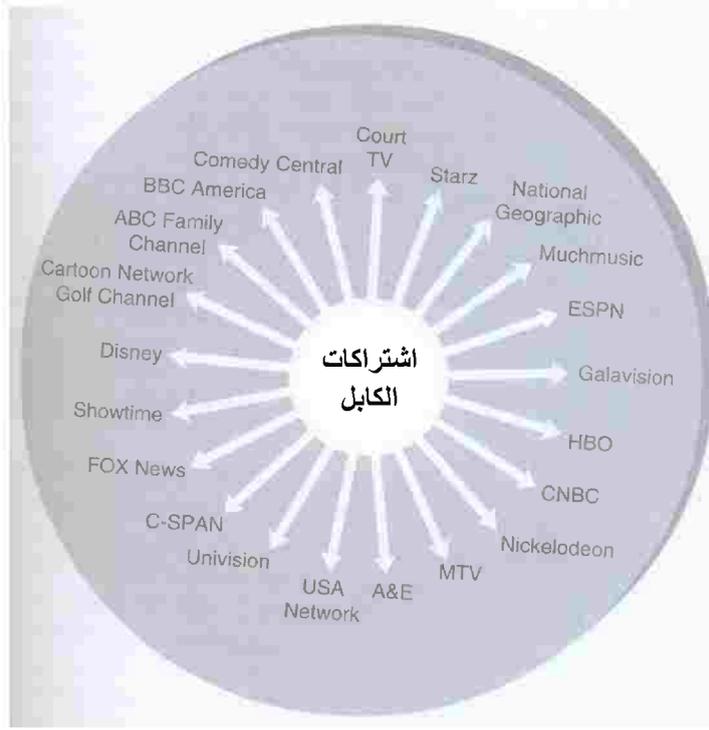
قرر في أحد تقاريره أن الحلفاء قصفوا مصنعاً ينتج مواد غذائية للأطفال، وليس أسلحة بيولوجية لم تصر القوات الأمريكية على ذلك. لقد أراد البنتاجون حياً أو ميتاً ويفضل ميتاً.

شعر كل جزء في العالم بوجود كابل شبكة الأخبار CNN. قد أصبحت CNN مرافقاً لكلمة الأخبار في كل بقعة أو ركن في العالم. لقد دشنت CNN عصراً جديداً من تغطية الأخبار والمعلومات العالمية باستخدام استراتيجيات اقتحامية تمتد من تغطية الأخبار في أي وقت وفي أي مكان تحدث، أول من تبث الأخبار العاجلة وتوفر تغطية حية من المشهد.

تاريخ CNN الموجز هنا في ترتيب منظم. خصص Turner الشبكة لكي تعمل على مدار الساعة الإخبارية، وبدأت عملياتها التشغيلية في البداية المبكرة لعقد الثمانينيات (١٩٨٠). استخدمت الأقمار الصناعية لتسليم شبكة CNN إلى فنيي تشغيل الكابل، ولكن ٢٠ في المائة فقط من مشاهدة تليفزيون US المنزلية استلموا تليفزيونات كابل. احتاج Turner إلى المزيد من المشاهدين، إذا كان على مشروعه الجديد أن ينجح. لزيادة التعامل مع شبكة الكابل، قدم Turner عروض الترفيهية من خلال: ESPN, HBO, (A&E), Artes&Entertainment بالإضافة إلى ديزني وعروض شركات أخرى لجذب جمهور أكبر لمشاهدة الكابل (أنظر شكل ١١-٢). بحلول عام ١٩٨٥، كانت قناة Turner للأخبار الأصلية داخل أكثر من ٣٣ مليون منزل، ٤ من كل ٥ منازل أمريكية لديها كابل، وتقريباً ٤٠ في المائة من المنازل الأمريكية لها تليفزيون كابل. شركة أخبار Headline بمفردها لديها ١٨ مليون مشترك. هذه الأعداد حيوية جداً لنجاح CNN اقتصادياً لأن الجماهير الأكبر كانت تعنى إيرادات وإعلانات أكبر، وبحلول هذا الوقت، كانت CNN جاذبة لحسابات الإعلانات القومية. وبحلول منتصف الثمانينيات (١٩٨٠) أراد Turner أن يجذب جمهوراً ربما أكبر، لذلك اتجه إلى السوق العالمي من أجل النمو. حيث أن التجارة والتحويلات الدولية في الأسواق العالمية أصبحت أكثر ملاءمة للاقتصاد الأمريكي فإن هذه الأنشطة خلقت طلباً على المزيد من المعلومات العالمية الأكثر حداثة. أيضاً بدأت CNN تمثل نموذجاً لقناة كابل متميزة التي بدأ الآخرون يقلدونها.

شكل ١١-٢

شبكات الكابل الممتدة



في الحركة التي اتخذها Turner لتأكيد حضوره في الأسواق العالمية، بدأت احتكارات الدول لوسائل الإعلام حول العالم تسمح بمنافسة معقولة. بلدان مثل الهند، اليابان، روسيا، هونج كونج وجنوب أفريقيا كانت تتريد خدمات إخبارية بالإضافة إلى التغطية المحلية التي كانت تأتي إليهم من الدولة (الإذاعات العامة). تستخدم CNN الآن نظام القمر الصناعي الذي يغطي ست قارات، أنها تصل إلى أكثر من ٢٠٠ بلد مع احتمال حق المشاهدة والاستماع لأكثر من نصف بليون فرد يومياً، ولديها فريق عالمي تقريباً من 4,000 موظف حول العالم. ظاهرة توسع CNN اللافتة حيث معظمها في عقد

التسعينيات (١٩٩٠)، بينما كانت شبكات US الأخرى في حالة تقليص لميزانياتها في مكاتبها الأجنبية. بالتأكيد تغير كل هذا بعد إشراف Time Warner.

في عام ١٩٩٧ افتتحت CNN مكتبها في كوبا، على الرغم من أنه كان مطلوباً أن تحصل على موافقة حكومة US أولاً، وعلى الرغم من أن الشركات الأخرى رفضت الحصول على الترخيص المطلوب من الحكومة للتعامل مع التقارير من تلك الدولة الكوبية. أحد الأسباب وراء الصعود السريع الذي حققته CNN في استخدامها المبتكر لتكنولوجيات الإعلام، تمثل في الوصول إلى أكبر حجم ممكن من الجماهير. أعطي القمر الصناعي CNN جمهورها القومي في ١٩٨٠، ومنذ ذلك الوقت تمكن Turner من أن يكون صاحب الإذاعة الدولية الأولى التي تربط العالم كله مستخدمة مزيجاً من إشارات الأقمار الصناعية: Intelsat، وأقمار المناطق الصناعية Inersputnik، PanAmSat، عندما لم تستطع النظم القائمة الأرضية أن تفعل أبداً مثل ذلك العمل.

العلاقات القوية التي أقامتها CNN مع الشبكات، وكالات الأخبار، واتحاد الإذاعة على مستوى العالم، ومع التعاقدات الفردية من ذوي الخبرات المتخصصة، قد مكنت CNN من توصيل المعلومات والأخبار إلى المنازل حول العالم. توجد معظم التغطية في: CNN's World Report Program (برنامج التقرير العالمي الصادر عن CNN).

التقرير العالمي

ماذا قدم تقرير CNN العالمي على طاولة جمع الأخبار؟ البداية في عام 1987، كان التقرير عبارة عن برنامج الأخبار الموزعة عالمياً، والذي يتكون من بنود الأخبار التي توزعها الإذاعات الأجنبية. منذ مولده عام ١٩٨٧ قد كان "التقرير العالمي" أحد منافذ أصحاب منظمات الأخبار تحت أي إغراء سياسي يتطلب تدوين أخبار تخص بلدانهم من منظورهم الذاتي. اعتباراً من عام ٢٠٠٩، أكثر من ٣٥٠ محطة تمثل ١٥٠ دولة اشتركت في "التقرير العالمي"، وهذا يعني أن التقرير كان تلبية لحاجات حقيقة لدى منظمات الإذاعات العالمية.

كان للتقرير العالمي تأثير محسوس على CNN، وتغطيته عالية الاستحقاق، الأخبار الجدلية والقصص المعلوماتية. طبقاً لرؤية Ted Turner:

لم يكن يسمح لنا قطعياً أن نبقى في العراق أثناء حرب العراق إذا لم يكن هذا من أجل التقرير العالمي. لقد حصلنا على الكثير من حق الاقتراب والدخول حيث المعلومات نتيجة لما بذلناه من جهود لحمل الناس من البلدان الأخرى ومنظمات الأخبار الأخرى على الشعور بالراحة معنا. قد حصلنا على حق الاقتراب والدخول إلى قادة العالم، وهلم جرا. ومن ثم سمح لنا أن نبقى خلف الخطوط، وسمح لنا أن نبقى في ظروف لم يسمح فيها ببقاء منظمات إخبارية أخرى. جزئياً، كان مثل ذلك السماح لأن الكثير من قادة العالم كانوا يشاهدوننا حيث يوجد صراع في أي مكان في العالم، أو أي أشياء جدلية، حيث الناس، وحيث القادة يحتاجون إلى أن يشكلون رؤيتهم عبرها. كما هو الحال مع صدام حسين. على الأقل قد أعطينا حق الاقتراب والدخول للتعبير عن معتقداته والتي لم يكن متاح لهم سماعها ومشاهدتها إذا لم تكن هناك، لأننا نعتقد أساساً، أن لكل الفرد الحق في أن يعبر عن ذاته وأن يستمع إليه.

اليوم، المسؤولون التنفيذيون لدى CNN يقولون بأن هدفهم أن يحملوا الناس حول العالم على مشاهدة CNN. يعني هذا، أن تكون الشركة أكثر عالمية من حيث المجال وأكثر محلية من حيث وجهة نظر المشاهدين في أجزاء أخرى من العالم. لتلبية الحاجة إلى المعلومات على مستوى العالم، أنشأت CNN برامج مثيرة وملائمة للجمهور العالمي، مع إمكانية تشكيل

الحياة العامة في كل ركن من أركان المعمورة. البعض من منافسيها الأساسيين إلى جانب واحدة من شركات CNN الأقل لحظات تفوق، تناقش في الأقسام التالية.

تقرير CNN الخاطئ

في يونيو ١٩٩٨، أدعت CNN ومعها مجلة Time أن وزارة الدفاع الأمريكية تورطت في تدمير أنشطة في إحدى النقاط أثناء "حرب فيتنام". تحديات مزاعم CNN/Time فيما يتعلق بعملية الريح الخلفية بأن الجيش الأمريكي طارد وقتل المنشقين الأمريكيين، وكجزء من هذه العملية استخدم غاز الأعصاب (سارين). التقطت وسائل إعلام أخرى هذه القصة. تولت وزارة الخارجية الأمريكية مراجعة دقيقة "عملية الريح الخلفية" وبعد ذلك أشرف عليها وزير الدفاع الأمريكي وليم كوهين، والذي أكد في يوليو ١٩٨٨ أن المحققين لم يجدوا أي دليل يدعم هذه المزاعم. بعد وقت قصير، تتبعت CNN خيوط قصة غاز الأعصاب، وطرد الموظفين المرتبطين بالقصة. أحد الاستثناءات اللافتة كان Peter Arnett الذي كان من بين المتورطين في القصة الزائفة. لقد نجح في الاحتفاظ بوظيفته لدى CNN، إلى حد كبير بسبب منزلته الرفيعة كمراسل ناجح لشبكة CNN أثناء "حرب الخليج". يعتبر كثيرون أن هذا التقرير الفاشل فشلاً ذريعاً، سوف تكون له تداعيات سلبية طويلة الأجل حول مصداقية CNN كشبكة كل الأخبار، وحول معايير التحقق والدقة في كتابة تقاريرها.

كوسوفو و CNN

حرب كوسوفو، يوغسلافيا، في ربيع ١٩٩٩ كانت مختلفة عن حرب الخليج في أوجه عديدة. من المنظور العسكري، توجد ثلاثة اختلافات رئيسية في موقف US. أولاً، لم تكن الولايات المتحدة مشتركة لحماية مصالح تقليدية، مثل البترول في الشرق الأوسط، أو لوقف تقدم الشيوعية، كما في فيتنام. ولكنها، بدلاً من ذلك، حرب من أجل الإنسانية المتمثلة في وقف التطهير العرقي من الألبانيين على يد الجيش الصربي.

السبب الرئيسي الثاني، أن كوسوفو كانت حرب "حلف الناتو" واشتراك US بصفتها فقط عضو في حلف الناتو من بين ١٩ دولة. وكان لكل دولة متحدث باسمها وبإسم تلك الحرب. كانت CNN قادرة على أن تعطي تغطية مكثفة من زوايا عديدة مختلفة. بالإضافة إلى CNN شبكات أمريكية أخرى رئيسية، وأيضاً شبكات أوروبية غطت صراع كوسوفو. ما يدعو إلى الدهشة أنه لا يوجد صوت واحد يتحدث من منظور "الناتو". من وقت إلى آخر كان يعطي المتحدث الأمريكي، أو المتحدث البريطاني، أو المتحدث عن الناتو ترجمات مختلفة أو معلومات مختلفة حول ما كان يحدث ٢٤ ساعة سابقة.

الاختلاف الثالث الأساسي تضمن قائمة الناتو بالأهداف العسكرية المشروعة. كانت الأهداف التقليدية محطات الكهرباء، الجسور والكراري، والثكنات العسكرية، والمطارات. كانت الغارات الجوية موجهة إلى مباني التلفزيون الصربي، محطات الراديو، ومباني الصحافة. حالات الهجوم هذه على منافذ وسائل الإعلام الصربية كجزء من الحرب الجوية، عكست اهتمامات الناتو ومحاولاته كسب حرب العلاقات العامة، وفي نفس الوقت يسعى إلى إنهاء التطهير العرقي.

تتبعاً لشهور من الغارات الجوية، أوجه أخرى من بيئة وسائل الإعلام أصبحت واضحة. أولاً، الرئيس الصربي "سلوبودان ميلوسيفك" كانت لديه قضية جديدة على وسائل الإعلام الصربية وقد استخدمها بماكينه للدعاية. في بداية الغارات الجوية حكومة ميلوسيفك طردت كل الصحفيين الأجانب، وأغلقت أبواب الصحافة المستقلة في بلجراد. نتيجة لذلك، الصحفيون الغربيون

الذين كان عليهم أن يبحثوا عن مواقع بديلة عاملة في البلدان المجاورة بدأوا يعتمدون بكثافة على إذاعة CNN لأنها كانت أحد شركات الإعلام الغربية القليلة التي سمح لها بالعودة إلى بلجراد. سمح هذا لشركة CNN بأن تضع جدول أعمال وسائل الإعلام، لأن الكثير من المراسلين الذين على بعد أميال من الغارات الجوية كان عليهم أن يعدوا ملفات بالقصص الإخبارية حول القصف الجوي اليومي. بدأت الحكومة البريطانية تسن حملة عدائية ضد الرئيس الصربي وتصفه بأنه هتلر يوغسلافيا. لعبت الصحافة البريطانية دوراً مكثفاً وضعت رئيس الوزراء البريطاني "جون مييجور" على أنه صقر حرب كوسوفو أكثر من الرئيس الأمريكي "بيل كلينتون". أخيراً "الناتو" ظهر بشكل غير منظم من وقت إلى آخر، وأنه كان مفتقداً لاستراتيجية إعلامية شاملة. وفي المؤتمرات الصحفية اليومية كان غير متأكد حول ما يحدث بالفعل في ميدان المعارك. في المستقبل، سوف تشهد الأنشطة العسكرية التي يراها الناتو تحسیناً ملحوظاً في العلاقات بوسائل الإعلام، وأنه ربما بعض الدروس حول الاهتمام بوسائل الإعلام والطلب المستمر على ما توفره من معلومات حديثه ودقيقة ربما أكثر أهمية من الدعاية العسكرية.

موضوعات الاندماج

مع اندماج AOL وشركة Time Warner، واجهت CNN حقيقة واقعية جديدة ومجموعة من الرؤساء مختلفة وجديدة، Ted Turner مؤسس الشركة، تركها في ٢٠٠٣. في عام ٢٠٠١ استغنت الشركة عن ١٠ في المائة من عمالها، بحيث سرحت الشركة ٤٠٠ عامل. بعد أن فصل رئيسها في عام ٢٠٠٠، بعض أعضاء الموظفين الذين لم يحبوا الرئيس الجديد. أيضاً فقدت CNN حصة كبيرة من السوق لصالح لكل من FOX وMSNBC، وشركات أخرى، وأيضاً مواقع على الانترنت، وخدمات متنافسة دولية. كتب أحد النقاد مقالاً بعنوان "السقوط الحر لشركة CNN" وأرجعت تحليلاته هذا السقوط إلى نقص التخطيط الاستراتيجي، والاستغناء عن العمالة المدربة، والملكية الجديدة. أضاف المحلل سبباً آخر يتمثل في التحول اللافت بعيداً عن النموذج السابق حيث التركيز المركزي على الأخبار إلى التركيز على النجوم والمشاهدين الآخرين. تجاهل ذلك التحول أمانة، حماس، وعبقريّة Ted Turner الإعلامية، ووصلت CNN إلى نهاية مذلة.

تأثير CNN

يشير تأثير CNN إلى أن تغطيتها للحدث الأجنبي يجعل جمهورها يضع ذلك الحدث في بؤرة اهتماماته، وبالتالي يجبر الحكومة على التدخل واتخاذ القرار الملائم. تحدث CNN مثل هذا التأثير الذي لا تستطيع واشنطن تجاهله بل أنه يمكن القول بأن CNN لها صوت مسموع في وضع سياسة US الخارجية. عندما تبدأ شبكات أخرى تغطي موضوعاً ما قد تناولته CNN أيضاً، يصبح الموضوع سلسلة من اهتمام الحكومات المحورية. يجادل آخرون أيضاً بأنه عندما تتخطى CNN تغطية متزايدة عن طريق تخفيض الميزانية، يعني ذلك، أنه سوف لا يكون هناك صيحات أو احتجاجات جماهيرية عالية من أجل إجراءات تتخذ، ومن ثم التوقع يتمثل في القليل من المساعدة والاهتمام بوضع السياسات.

على سبيل المثال، أجبرت الإدارة الأمريكية والبريطانية على الاستجابة للأزمة الصومالية لأن CNN لم تسقط تغطيتها، بينما في السودان، الحرب الأهلية مشتتة منذ سنوات دون الاستجابة من أية دولة محورية لأن CNN اختارت عدم التركيز على تلك المحنة.

ولكن ظاهرة تأثير CNN، وضع جدول الأعمال أو عامل CNN، قد يكون تأثيراً قصيراً الأجل لأن CNN تفقد حصتها التسويقية. ولكن، في نفس الوقت، دور وسيلة الإعلام في السياسة العامة، من المحتمل ربما سوف يزيد، كما هو الحال مع الشبكات الأخرى. في أوقات أخرى عندما تركز CNN على أحد الموضوعات مثل سجن أبو غريب وفضائح أخرى، أو انتهاكات قانونية، فإن الحكومات الأمريكية والبريطانية تجبر على اتخاذ ما يلزم للسيطرة على التخريب. كان أفراد علاقاتها العامة مجرد هواة عندما تعرضوا للتصادم والتأثير من منافذ وسائل الإعلام الرئيسية، وعلى الأخص CNN.

كيف كانت CNN متفوقة بالحيلة

ولكن لم يكن تفوقها ساحقاً

في عام ١٩٩١، كانت CNN ملكة وسائل الإعلام الدولية مع تغطيتها القوية لحرب الخليج الأول ولكن في أقل من عقد من الزمن شبكة أخبار FOX الأحدث تجاوزتها في السوق الأمريكية. فعلت هذا استناداً إلى شخصيات مندفعة واقتحامية مثل Billo Reilly حيث كان في المكان الصحيح، في التوقيت الصحيح، وكان مدعماً متماسكاً للحروب في أفغانستان، وفي العراق، وأساساً كل الأشياء المتعلقة بالحزب الجمهوري. الآن يقود Reilly النقاد الذين يتناولون إدارة "أوباما" وحتى الرئيس نفسه الذي اعترف بتلك الحقيقة.

في بداية القرن الحادي والعشرين تراجعت CNN في سوق US الخاص بشبكات كل الأخبار المحلية أمام شبكة أخبار FOX. استمرت CNN في جذب أكبر جمهور للأخبار العالمية (قناة BBC العالمية الثانية في الترتيب)، ولكن في السوق الوطني الضخم والجوهري تفوقت إلى المرتبة الثانية. تم ترجمة هذا بسرعة إلى انخفاض في معدلات الإعلان، وحالياً، الشركة الأم Time Warner فشلت في تحقيق أرباح، وفقدت CNN تاج مملكتها. مع شبكة أخبار FOX التي تقدم الترفية والتسلية إلى جمهور ممتاز، قد ترك هذا شبكة CNN في أزمة هوية امام ماذا وكيف يمكن أن تسترد جمهورها الذي غادرها. ومما جعل المشكلة تتفاقم ارتفاع تكاليف تغطية الحرب في العراق أو المد الكارت تسيونامي في آسيا، ورغبة الشركة الأم Time Warner في تخفيض إجمالي تكلفة CNN.

لكي تضع مشكلة CNN في منظورها الصحيح، ادرس نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام ٢٠٠٤. أساساً، قد حاولت CNN أن تكون شبكة أخبار موضوعية وعلى مسافة واحدة من الأحزاب المتنافسة. تحت قيادة Ted Turner هذه الاستراتيجية طبقت بصورة جيدة جداً (يستحق هنا الذكر، أنه منذ اندماج AOL مع شركة Time Warner في عام ٢٠٠١، قد خسر Turner بلايين الدولارات في أسهم Time Warner، ولم يعد مع الشركة). ولكن الجمهور الأمريكي الشامل تحول مع انهيار الانتخاب الفيدرالي. الجناح اليميني من الطيف السياسي، كما يمثلته الحزب الجمهوري

كسب ٥١ في المائة من الأصوات الشعبية، وكسب الجناح الليبرالي ٤٩ في المائة ذهبت معظم أصواتهم إلى الديمقراطيين. المشكلة أن CNN أدعت منطقة الوسط بين جمهور الناخبين- حيث يجلس العدد الأقل من الأميركيين. النتيجة النهائية أن CNN وضعت في فئة منهاره حيث ذهب جمهور الوسط إما إلى اليمين أو إلى اليسار بالنسبة للمرشح أوباما. عملياً، تمر شبكة CNN خلال نوع من أزمة الهوية حيث عليها أن تجيب ماذا تريد أن تكون، وأين تريد أن تضع نفسها بالرجوع إلى منافسيها. تأثير الاستقطاب الانتخابي، وضع موقف استراتيجي CNN في دوامة يبدو الخروج منها صعباً. في نفس الوقت شبكة أخبار Rupert Murdoch (FOX) كانت في حالة ابتهاج بجمهورها القادم الجديد المتميز، والزيادة في معدل إعلاناتها.

حرب الخليج الثانية : الصحفيون جزء

لا يتجزأ من الوحدات العسكرية

أخذت تغطية الحرب مساراً مختلفاً أثناء حرب الخليج الثانية في العراق. القوات المسلحة الأمريكية والتي لديها أرث من الكراهية والعداء تجاه وسائل الإعلام قررت أن تطوق بإحكام الصحفيين في الوحدات العسكرية عبر العراق، وست سفن حربية في المنطقة. مع الأخذ في الاعتبار أن القوات المسلحة الأمريكية قد وجهت اللوم إلى وسائل الإعلام، لأنها لم تقدم الدعم اللازم للجمهور الأمريكي بالنسبة لحرب فيتنام، وأن غزو جرينادا وبناما، تعرض لسيطرة كثيفة من الصحافة، ١٩٨٩، وان حرب الخليج الأولى كانت أساساً قاصرة على تغطية CNN، فقد استولت الدهشة على الجميع عندما أعلنت القوات المسلحة الأمريكية أنها سوف تسمح للمئات من الصحفيين، المصورين وأطقم الكاميرات لتغطية حرب العراق في ٢٠٠٣. توتر عملية طمر أفراد الإعلام في مواقع عسكرية محددة على نغمة وطبيعة التغطية الشاملة. كان عليهم أن يتبعوا تعليمات القوات المسلحة، وأن يستخدموا وسائل الانتقال العسكرية. كانت التغطية بكل أشكالها ووسائلها تحت إشراف وصالح صورة القوات المسلحة لدى المواطنين في أمريكا، وإلى حد ما المواطنين في أوروبا. إن إقامة وتحركات الصحفيين وتقاريرهم الصحفية جزء لا يتجزأ من العسكريين، وبعيداً عن المدنيين.

أخيراً، عولمت CNN كأي شبكة أخبار أخرى، إلى جانب كل الشبكات المتنافسة. لقد ذهب احتكار CNN لتغطية حرب الخليج الأولى مع الريح، والذي جاء أيضاً بسياسة الصحافة جزء لا يتجزأ من العمليات العسكرية. يضاف إلى ذلك، أن استخدام المراسلين وأيضاً الجنود للإنترنت تجنب الاستخدام التقليدي العادي لوسائل الإعلام.

هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)

BBC، ذات دلالة لافتة لسببين أساسيين. الأول، إنها تقدم خدمة تليفزيونية عالمية في تنافس مباشر مع CNN ومضيفه لشبكات أخرى في المنطقة. ثانياً، BBC، باعتبارها الخدمة العامة، لشبكة الراديو البريطاني غير التجارية تم تصديرها حول العالم كنموذج لوسيلة إعلام إلى عدد كبير من المستعمرات البريطانية. لم يصل النموذج التجاري مع الإعلانات إلى الكثير من البلدان خارج U.S حتى بعد الحرب العالمية الثانية. وحتى حينئذ تم تقديمه ببطء، ومع لوائح تنظيمية صارمة وبصورة متكررة، ولا يزال كثيرون يفضلون الإذاعات العامة.

الراديو

أسست BBC في عام ١٩٢٢، وبدأت البث كهيئة راديو خاصة في عام ١٩٢٣. بحلول عام ١٩٢٧، وفي بدايته، قد أصبحت هيئة عامة، عندما تحركت الحكومة البريطانية لإنقاذ وسيلة الإعلام الجديدة. منذ ذلك الوقت، لم يسعى راديو BBC أبداً إلى إيرادات عبر الإعلانات، حيث أن الهيئة كانت معتمدة على مصدرين خارجيين للدخل. أتى الأول مباشرة من الحكومة البريطانية في شكل منحة سنوية. وجاء الثاني من أتعاب الترخيص المقترن بكل مستقبلي خدمات الراديو. تكرر إجراء أتعاب الترخيص مع تقديم خدمة التليفزيون في المملكة المتحدة UK، ولا يزال هذا النظام سارياً حتى الآن.

منذ أيامها الأولى التزمت BBC بالبث الإذاعي كخدمة عامة. Lord John Reith أول مدير عام لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) يصف رسالة الهيئة كالآتي:

يجب تسيير البث الإذاعي في المستقبل، كما قد كان في الماضي "الخدمة عامة" مع معايير محددة. لا ينبغي استخدام الخدمة للأغراض الترفيهية فقط... إفساد مثل هذا الوكيل الشامل العظيم سعياً إلى مجرد الترفيه وحده،

يمثل، ليس فقط إهداراً للمسئولية، وتلويناً للسلطة، ولكن أيضاً إهانة لذكاء الجمهور الذي تخدمه.

يركز هذا على جودة وضع البرامج، التي أصبحت العقيدة المركزية التي تتبناها BBC. بسرعة أصبحت BBC نموذجاً لبلدان أخرى حيث بدأ الراديو تمتد تغطيته لتشمل كل العالم. الكثير من هذه البلدان كانت جزءاً من شبكة من المستعمرات السابقة معروفة بأنها الكومنوليث البريطاني. لم يصدر الإنجليز فقط خدمتهم المدنية، اللغة الإنجليزية، الملكية، ولكنهم صدروا أيضاً أخلاقيات خدمة البث الإذاعي العام ونموذجه الشهير BBC. في بداية عام ١٩٢٧، بدأت BBC تجاربها على الموجة القصيرة للراديو لكي تذيع إلى المستعمرات البريطانية العديدة والممتدة الأطراف حول العالم. بحلول عام ١٩٣٢ بدأت BBC خدمة إمبراطورية منتظمة باستخدام الموجة القصيرة.

حصلت BBC على تشجيع عالمي لافت، وجذبت جمهوراً كثيفاً خلال نظام للتقارير عالي الجودة أثناء الحرب العالمية الثانية. أصبحت BBC الصوت العالمي للحرب العالمية الثانية، ولم يكن لها منافس عالمي. لقد كانت قادرة على أن تحد بشدة من البث الإذاعي والمنافسة التجارية في المملكة المتحدة.

التلفزيون

بدأت BBC الخدمة التلفزيونية العامة الدولية الأولى في ٢ نوفمبر ١٩٣٦. بدأ البث من "قصر اليكسندرا" إلى أجهزة تلفزيونية تقل عن ٤٠٠ جهاز. قبل الحرب العالمية الثانية لم ينتشر التلفزيون بسرعة، أساساً بسبب نقص البرامج، نطاق البث المحدود، وتكلفة استقبال البث العالية. لأن مستقبلات البث التلفزيوني كانت مرتفعة، وأيضاً كانت أتعاب التراخيص، فإن الأفراد الأثرياء فقط هم الذين استطاعوا تحمل تلك التكاليف. ومن ثم، استهدفت البرامج جمهور النخبة، والأفراد الأكثر ثراءً.

في ١ سبتمبر ١٩٣٩ توقف البث التلفزيوني - لقد بدأت الحرب العالمية الثانية. بدون التلفزيون، ركزت BBC على الراديو وجودة تقارير أنشطة الحرب. لقد بدأت أيضاً ترسل على الهواء "تقرير حرب ليلى" بعد أخبار المساء المنتظمة. في نهاية الحرب العالمية الثانية، اكتسب BBC سمعة عالمية طيبة كإذاعة أخبار موضوعية وعالية الجودة. وفي ٨ يونية ١٩٤٦ بدأ تلفزيون BBC الإرسال لتغطية الاستعراض العسكري احتفالاً بانتصار الحلفاء. أخيراً انتهت الحرب.

ابتداء من ١٩٣٦ - وحتى - ١٩٥٥ كان يوجد فقط قناة تلفزيونية واحدة. عرف تلفزيون BBC فيما بعد تحت مسمى BBC one. ولكن في ٢٢ سبتمبر ١٩٥٥، لأول مرة واجهت BBC بعض المنافسة شبكة تلفزيون مستقلة أو ITV. انتهت ITV احتكار BBC، وقدمت نمط تلفزيون جديد ومختلف تماماً. أيضاً، لأول مرة أعطى ITV للمشاهدين حرية الإختيار.

أحد الاختلافات الأساسية بين ITV وبين تلفزيون BBC كان عبارة عن أن ITV كان خاضعاً لتمويل ورعاية معلنين من خارجه. أيضاً، على اختلاف مع BBC TV الذي استخدم شرائط أخبار سينمائية، ولا تزال تصور لبث الأخبار، فإن ITV استخدم أساليب أقل رسمية في عرض التقارير المستوردة من U.S، إذاعة أخبار تلفزيونية مسائية. تطور ITV بسرعة في شكل شركات تابعة .

فتح الباب أمام المزيد من الاختيارات مع وصول تلفزيون BBC Two في عام ١٩٦٤. سمح هذا لشبكة BBC بأن تبث برامج شعبية على BBC One، وبرامج متعمقة أكثر تخصصاً على BBC Two. تمثل التحرك التقني الآخر، الذي ساعد على تدعيم BBC Two في حقيقة أنه في ١٩٦٧ كانت القناة الأولى التي بدأت الخدمة الملونة. لأن التلفزيونات الملونة كانت مكلفة، فإن الكثير من البريطانيين لم يستطيعوا شراءه. كان العيب الآخر المبكر في التلفزيونات الملونة، أنه كان ضخماً يصعب تحريكه، غير قابل للاعتماد عليه، وجودة ألوانه ضعيفة. ومع ذلك، بمضى سنوات قليلة تم معالجة معظم المشكلات، وفي ١٦ مايو ١٩٦٩، أعطى كل من ITV و BBC one ترخيصاً أن يبدأوا العمل على خدمات ألوانهم الذاتية. بحلول

منتصف السبعينيات كانت التلفزيونات الملونة أصغر، أرخص، وأكثر اعتمادية، وأصبحت البرامج الملونة هي الآن القاعدة.

في نوفمبر ١٩٩١ دشنت BBC تليفزيون خدمة دولية تحت مسمى BBC World. إنها قناة خدمة عامة، تمويل من خلال مكتب أجنبي بريطاني الذي يستخدم تكنولوجيا القمر الصناعي للوصول إلى الجمهور الأجنبي الواسع. BBC World قناة تليفزيونية للأخبار والمعلومات الدولية تذيع باللغة الإنجليزية ٢٤ ساعة يومياً للجمهور العالمي. إنها توفر الأخبار، دوائر الأعمال، والجو ٢٤ ساعة يومياً، وأيضاً أفضل ما لدي BBC من برامج للشئون الحالية، الأفلام الثقافية الوثائقية، وأسلوب الحياة. الإبن الأكبر لهيئة BBC عبارة عن راديو BBC خدمة BBC العالمية، يصل جمهوره العالمي أكثر من ٣٠ مليون مستمع ويبث إذاعته في ٤٣ لغة.

في أواخر عقد التسعينيات (١٩٩٠)، بدأت BBC قناة دولية ثانية تحت مسمى BBC Prime. تغطي هذه القناة الترفيهية العالمية، سلسلة واسعة من البرامج. BBC Prime متاحة في البلدان المحورية شبه الهامشية، والهامشية. البرامج التي تتناول الكلاسيكيات، الأعمال الكوميديا الترفيهية، والموسيقى أداؤها جيد بصفة خاصة.

إذاعات BBC تحفز وتنقح بمضى السنوات، وهي الآن يحسدها الكثير من الإذاعات الرئيسية الدولية. لقد وضعت المعيار الدولي الذي يمكن أن يقاس عليه أداء الإذاعات الأخرى. عمليات تشغيل خدمات BBC الدولية ليس من السهل نسخها، لأن معايير جودتها متفردة بذاتها. ولكن مع تقدم المنافسة وخاصة CNN، وأيضاً خدمات الانترنت والأقمار الصناعية الأخرى، يتشكك البعض حول دور وتكلفة خدمة BBC الدولية.

تواجه BBC حالياً مشكلة ترتبط بالاقتصاديات ومستقبل التمويل من الحكومة. لأن BBC الآن تجذب أقل من ٥٠ في المائة من الجمهور المحلي يوجد قلق متنامي بأن التدعيم التقليدي بالنسبة لمفهوم تمويل الترخيص الحر قد يتراجع بشدة. على الرغم من أن لدي BBC مجموعة مخلص من المدعين، يدعم آخرون الفكرة بأن تحديد مستقبل BBC يجب أن يتوقف على المحطات التجارية، الإعلان، والحصة التسويقية والتقييمات. يدعى النقاد بأن تقاليد

التدعيم، الخدمة العامة، وإعانة وسائل الإعلام تعتبر آثار عهد انقراض. الآن كثيرون يريدون مستقبل BBC، وخدمات الإذاعة الأخرى تحددها قوى السوق المفتوحة، بدلاً من الرسميين الجالسين خلف أبواب الحكومة المغلقة.

الميثاق الملكي ٢٠٠٦-٢٠١٦

كما هو الحال مع كل الإذاعات الرئيسية تواجهه BBC المشهد المتغير. ولكن منذ عام ١٩٢٧، المشهد الفريد لإذاعة BBC أنها تعمل طبقاً لسلطة "الميثاق الملكي البريطاني". يوضح الميثاق بالتفصيل تفويضه للخدمة العامة. يوجد الكثير من جلسات الاستماع البرلمانية والدراسات المتنوعة التي تفحص مستقبل BBC، متضمنة خدمات وسيلة الإعلام الدولية، الانترنت، والأنشطة الإعلانية المثيرة للجدل التي يمكن أن تباشرها مشروعات BBC. موضوع التوازن بين تخصيص الموارد لتقديم الخدمات القومية والدولية يمكن أيضاً أن تخضع للفحص الدقيق.

تواجه BBC الحقيقة التي تواجهها الإذاعات الأخرى بأن الإعلام الرقمي قد أوجد التقارب والمزيد من القنوات. اليوم تواجه BBC المزيد من المنافسة التجارية سواء محلية أو أجنبية، تطور الانترنت، وقنوات قمر صناعي جديدة. سوف يكون كل هذا مفتوحاً للمناقشة العامة والمناظرة، حيث أن BBC "هيئة حكومية".

يحدد الميثاق والاتفاق الملكي الخطوط العريضة لشروط ونطاق التمويل، وأيضاً المجالات التشغيلية التي تقدم BBC الخدمة في إطارها على أساس تجاري أو غير تجاري. يوجد حالياً ثلاث مصادر أساسية لإيرادات BBC، أتعاب الترخيص، الأنشطة التجارية الجدلية إلى حد ما التي تنمو، وأخيراً المنح الحكومية. يمثل كل هذا شبكة الراديو التي تجذب حوالي نصف الجمهور البريطاني، وأقل من النصف من جمهور التلفزيون القومي.

يذكر نقاد BBC اثنين من الشكاوي الرئيسية حول تشغيلها. الأولى، تتمثل في أن التمويل المرخص به خلال أتعاب التصاريح يستخدم متقاطعاً مع الإعانات التي تقدم إلى وسائل إعلام متعددة أخرى. بعضها عبارة عن قنوات

أطفال مثل CBBC وأيضاً Cbeebies، والتي اعترض عليها كل من شركة Viacom وشركة ديزني، والعديد من مواقع BBC على الانترنت.

الشكوى الأساسية الثانية تتحدث عن المعايير والجودة. في عام ٢٠٠٤ انتقد أحد التقارير بشدة أقسام الأخبار والشؤون العامة حيث ينقصها بعد النظر حول القصة الجدلية المتعلقة بغزو العراق. أدى هذا التقرير إلى استقالة كل من رئيس مجلس الإدارة والعضو التنفيذي لإذاعة BBC. أدان آخرون عروض التلفزيون لأنها تقلد الشبكات الأمريكية. يريد هؤلاء النقاد عروضاً ذات جودة عالية، تعكس معايير إنتاج، نصوص، ومواهب على الهواء تعكس المستويات العالمية.

الشبكة الألمانية : Deutsche Welle

تضم هذه الشبكة الإذاعات الألمانية عبر الراديو والتلفزيون online، وعلى مستوى العالم. توفر welle المعلومات الحديثة عن ألمانيا والموضوعات الأوروبية المحلية والأجنبية، وأيضاً الاتجاهات الاقتصادية والمالية مع التركيز على بورصة فرانكفورت، والوحدة المالية الجديدة "اليورو". يقدم تلفزيون الإذاعة الألمانية ٢٤ ساعة خدمة تجارية مجانية والتي تتضمن برامج إخبارية، رياضية، وثقافية. إنها توفر البرامج بالألمانية، العربية، الإنجليزية، والأسبانية.

بدأت الإذاعة الألمانية بث الراديو على الموجة القصيرة في مايو ١٩٥٣، وتمولها أساساً الحكومة الألمانية. ينفذ TV الإذاعة الألمانية الآن عبر نظم الكابل في كل أنحاء أوروبا، ويعاد البث في كثير من أجزاء العالم. أنشأت الإذاعة الألمانية أيضاً خدمات الانترنت لكي تتنافس مع CNN وBBC، وصوت أمريكا.

أخيراً، تقدم الإذاعة الألمانية درجة الماجستير العلمية في دراسات وسائل الإعلام، إنها سوف تركز على تدريب المدربين من المناطق الهامشية مع مناهج تحتوي على مذكرات وثقافات متعددة.

شبكة الأخبار الأوروبية : Euronews

في عام ١٩٩٣ انشأ EU شبكة أخباره المتعددة البلدان، والمعروفة تحت مسمى Euronews إن مركزها الرئيسي في "فرنسا" وتبث الأخبار التلفزيونية في ٨ لغات، والتي تضمن الروسية والعربية. الدافع المحرك لإنشاء شبكة الأخبار التلفزيونية متعددة البلدان الأوروبية، كان تقريباً نتيجة مباشرة لتغطية CNN حرب الخليج ١٩٩١. الشبكات الأوروبية لم تكن موجودة في مكان ما في بغداد عند بداية الحرب، أو إنه عندما تقدمت المعارك، وجدت

نفسها معتمدة بصورة متزايدة على تغطية CNN لكي تتابع العمليات العسكرية. أبقت القوات المسلحة الأمريكية شبكات الأخبار الأجنبية بعيدة عن المعارك. استجابة لهذا ١٨ إذاعة عامة أوروبية منها فرنسا، إيطاليا، ألمانيا، أسبانيا، بلجيكا، واليونان، ساهمت بمبالغ كبيرة نسبياً لإنشاء الشبكة الأوروبية Euronews. بالإضافة إلى الإعانات الحكومية تقبل الشبكة الأوروبية الإعلانات التجارية. مثل CNN، فإننا نجد أيضاً BBC في تنافس مباشر من أجل جمهور الشبكة الأوروبية.

قناة آسيا الإخبارية (CNA)

بدأت CNA الخدمة في عام ٢٠٠٠. وكما هو الحال مع الشبكة الأوروبية، تسعى CNA إلى نقل الرؤية الآسيوية إلى المنطقة الآسيوية، وأيضاً أحداث الأخبار العالمية. إن مقرها سنغافورة ولها روابط قوية مع الحكومة. تسعى CNA إلى التنافس مع خدمات الأخبار العالمية الرئيسة مثل CNN الدولية، BBC، CNBC آسيا. مع كل الموظفين آسيويين، لدى "قناة آسيا الإخبارية" ١٠ مكاتب، وحوالي ١٥٠ صحفياً عبر قارة آسيا، وأكثر من الشبكات الثلاث لكل الأخبار الناطقة باللغة الإنجليزية والمترابطة معاً. كما هو الحال مع BBC، تحاول CNA أن تخدم سوقاً من حوالي ٦ مليون أسرة، على الرغم من أن CNN الدولية تمثل بوضوح قيادة المنطقة، والتي تضم حوالي ٣٠ مليون مشترك. تحاول CNA أن تبدو جذابة للديمقراطية الآسيوية، وعلى أمل أن ينضم إليها مشاهدون من عبر معظم المناطق المكتظة بالسكان في العالم، وذلك بالتركيز على الأخبار من منظور الآسيويين عامة والمحرفين الآسيويين بصفة خاصة. بعض الصحفيين ونقاد وسائل الإعلام قلقين حول دور الحكومة السنغافورية غير الواضح حول مكانة CNA المستقلة.

وزارة الخارجية الأمريكية ومجلس المحافظين للعمل الإذاعي

أنشأت الحكومة الفيدرالية وكالة معلومات US (USIA) أثناء الحرب العالمية الأولى. كان غرضها الأساسي تنسيق المعلومات الدولية الفيدرالية ومواجهة الدعاية الأجنبية المضادة. في عام ١٩٥٣ أصبحت USIA وكالة مستقلة ووسعت أنشطتها لتضم نطاقاً واسعاً من المعلومات الدولية، المبادرات التعليمية، التبادل الثقافي، والعلاقات مع وسائل الإعلام. في عام ١٩٩٨ وتحت قانون إعادة هيكلة وإصلاح الشؤون الخارجية، قسمت USIA أساساً إلى قسمين. الكثير من الدبلوماسية العامة وأنشطة التبادل الخارجي أعيد توطينها في وزارة الخارجية. مكتب الإذاعة الدولية (IBB) أصبح مستقلاً وفي نفس الوقت فصل الوكالة لكي تشرف على كل الخدمات الإذاعية الأمريكية غير العسكرية. في عام ١٩٩٩، تم تفكيك USIA.

تضمنت الأنشطة التي نقلت إلى وزارة الخارجية حالياً، البرامج طويلة الأجل التي لها تأثير على نظم وسائل الإعلام والصحفيين في بلدان أخرى. على سبيل المثال، البرنامج الملحق بالكليات والجامعات الذي يسعى إلى إقامة علاقات بين الجامعات الأمريكية ونظيراتها الأجنبية. من أمثلة البرامج مركز وسائل الإعلام الفلسطيني، منحة إلى الجامعة الأردنية وأخرى إلى جامعة شيلي لإنشاء جدول أعمال بحوث البيئة. أيضاً تنشئ الوزارة الأمريكية برامج ندوات وورش عمل للتبادل مع المواطنين (CEP) من بين من يدعون إليها الصحفيين وأكاديميين من وسائل الإعلام بهدف غرس قيم الصحافة الحرة والممارسات التي تدعو إلى المجتمع الحر والديمقراطي.

من خلال مجلس محافظي العمل الإذاعي (BBG)، فإن الحكومة الفيدرالية منخرطة بقوة في الإذاعات الدولية. إنه مسئول عن كل الخدمات الإذاعية الدولية غير العسكرية والتي تمولها الحكومة الفيدرالية (انظر الشكل ٣-١١)

شكل ٣-١١

أنشطة مجلس محافظي العمل الإذاعي ، ٢٠١٠

أسماء الشركات

1 Voice of America

- World Net

2 Radio Free Europe/ Radio Liberty/ Radio Free Asia

3 Radio and TV Marti

4 Middle East Broadcasting Networks Inc.

- Radio Sawa

- Al-HurraTV

يضم المجلس الأخير "راديو سوا" و "الحرّة"، شبكة تليفزيون تتنافس مباشرة مع الجزيرة. تتلقى كل هذه الخدمات منحاً سنوية من حكومة U.S الفيدرالية والتوجيه السياسي من وزارة الخارجية الأمريكية.

قد كانت نهاية الحرب الباردة تحولاً ملحوظاً وتساقولاً حول دور الخدمات الإذاعية العالمية التي تمولها الحكومة الفيدرالية. في سنواتها الأولى كانت هذه الخدمات مصممة باعتبارها أبواق للدعاية الأمريكية، لكي تقدم من خلالها وباللغات المحلية حول العالم موقف السياسة الأمريكية الخارجية، إيدولوجية محاربة الشيوعية، وقيم السياسات الأمريكية واقتصاد السوق الحرّة. الآن، يوجد تركيز أكبر على ترويج المصالح التجارية والصادرات الأمريكية للخارج بدلاً من أدبيات الحرب الباردة ذات الخطوط الصارمة.

صوت أمريكا (VOA)

أسس صوت أمريكا في عام ١٩٤٢، وكان الكونجرس يموله بسخاء أثناء الحرب الباردة. ركزت العقود الثلاثة الأولى على محاربة الشيوعية، ومقاومة

الانتشار العالمي للماركسية. الآن، في غياب بيئة الحرب الباردة العالمية، يحاول VOA إعادة هيكلة ذاته. إنه يقدم خدمة الراديو والتلفزيون الدولية، وله جمهور عالمي يزيد أسبوعياً عن ١٠٠ مليون فرد. ترويح بعض البرامج لفوائد الديمقراطية، الأسواق الحرة، الصحافة الحرة، حقوق الإنسان، طريقة الحياة الأمريكية، وسياساتها ودوائر أعمالها.

الشيء اللافت الذي يميز VOA عن ذلك الذي يخص BBC، أن الأولى تركز على عرض توجهات U.S ورؤية "البيت الأبيض"، بينما تركز الأخيرة على أخبار العالم والتوجهات العالمية، مع اهتمام قليل بالأخبار البريطانية الذاتية، أو جدول أعمال رئيس الوزراء. دولياً، ينظر إلى VOA ذراع الدعاية للحكومة الأمريكية، بينما BBC تفهم برامجها على أنها مستقلة، موضوعية وأكثر مصداقية.

راديو أوروبا الحرة، راديو الحرية، وراديو آسيا الحرة

RFE / RL / RFA هيئات غير ربحية، أسسها مجلس محافظي الإذاعة الأمريكية، وتمولها الحكومة الفيدرالية. RFE / RL، تصل إلى ٢٠ دولة عبر أوروبا وآسيا الوسطى. إن لديها ١٩ مكتباً وإذاعة وتحدث ٢٨ لغة. إنها تتبنى الرؤية الأمريكية، وتروج لاقتصاد المشروع الحر. إلى حد ما لا تزال هذه الإذاعات تحت تأثير ذهنية "الحرب الباردة" وتنسخ رسالة وبرامج VOA.

تسعى RFA إلى تزويد البلدان الآسيوية بالأخبار ووجهات النظر الأمريكية تلك البلدان التي تفتقر إلى الصحافة الحرة. إنها تذيع من خلال ١٠ لغات معظمها ينتمي إلى الصينية. إن لديها أيضاً موقع web لأولئك الذين لديهم إمكانيات الدخول إلى الإنترنت في المنطقة.

الشبكة العالمية لخدمة التلفزيون والفيلم

دشنت الشبكة العالمية في عام ١٩٨٣، وتبث عبر القمر الصناعي من استديو تلفزيون في واشنطن. برامجها موجهة إلى سفارات U.S وإذاعات أخرى حول العالم. إنها تعمل ٢٤ ساعة يومياً باللغة الإنجليزية، ولكن برامج أخرى متاحة بعدد من لغات العالم مثل العربية، الروسية، الفرنسية، الأسبانية والصينية. تمتد برامج "الشبكة العالمية" من ندوات الشؤون العامة، إلى المناقشات العلمية، إلى برامج الاتصالات التلفزيونية الدولية.

مكتب إذاعة كوبا

في ١٩٨٣، وافق الكونجرس الأمريكي على إنشاء راديو Marti بشرط أن يكون ملتزماً باللوائح التي تحكم "صوت أمريكا". أيضاً وافقت المؤسسة القومية الأمريكية الكوبية على أن يكون مقر المحطة في واشنطن، وأن يكون واضحاً أنه الصوت الرسمي للحكومة الأمريكية، وليس منفذاً للمنظمات الكوبية في المنفى. على هذه الشروط انطلق الصوت من Marti في مايو ١٩٨٥. تلفزيون Marti أذاع لأول مرة في مارس ١٩٩٠. انتقل المركز الرئيسي وعمليات التشغيل للراديو والتلفزيون من واشنطن إلى ميامي، فلوريدا. ثم تعرض الموقع الجديد إلى هيمنة المتطرفين الكوبيين في المنفى على الأجهزة والأدوات وحتى الأفراد. من المحتمل أن النعمة والمهنية في حديث القسوة والتبجح ضد كاسترو ربما تتغير مع منهج الرئيس أوباما الأكثر مصالحة. ميثاق صوت أمريكا (VOA) ينص:

مصالح الولايات المتحدة الأمريكية يخدمها الاتصال المباشر مع الناس عبر العالم

بواسطة الراديو. لكي يكون فعالاً، صوت أمريكا (خدمة الإذاعة، ووكالة المعلومات الأمريكية يجب أن تكسب اهتمام واحترام المستمعين، لذلك يجب أن تحكم هذه المبادئ صوت أمريكا (VOA).

فيما يلي المبادئ الثلاثة التي تحكم سياسات "صوت أمريكا (VOA):

١- VOA، سوف يخدم بإعتباره مصدر معلومات موثوق به ومعتمد. أخبار VOA سوف تكون دقيقة، موضوعية وشاملة.

٢- VOA، سوف يقدم أمريكا، وليس أي قسم بعينه من المجتمع الأمريكي، ومن ثم، سوف يقدم أسقاطاً متوازناً وشاملاً عن الأفكار والمؤسسات الأمريكية ذات الدلالة.

٣- VOA، سوف يقدم سياسات الولايات المتحدة بوضوح وفعالية، وسوف يقدم أيضاً مناقشة ورأي مسئول عن تلك السياسات.

يذيع راديو Marti سبعة أيام في الأسبوع، ٢٤ ساعة في اليوم على موجة متوسطة وموجة قصيرة. تتضمن إذاعته الأخبار، الموسيقى، وملامح متنوعة، وبرامج تحليل للأخبار. تشكل الأخبار والبرامج ذات الصلة بالأخبار نصف الجدول اليومي لراديو Marti. يهدف راديو Marti أن يسد الفجوة المعلوماتية بسبب أكثر من ثلاثة عقود رقابة صارمة على ما يصدر من وسائل الإعلام إلى الجمهور الكوبي. توجد ساعة يومية في أخبار الظهر تتضمن مقابلة أو مناقشة حية مع خبراء وأفراد في كوبا ومراسلين حول العالم. الموضوعات التي تتم تغطيتها وذات الصلة بكوبا تتضمن جلسات الاستماع البرلمانية، أحاديث رؤساء أمريكا اللاتينية في حالة الأحداث الرئيسية في المنطقة. على الرغم من شكاوي وسائل الإعلام الكوبية، فإن برامج راديو Marti يقدم مستمعين من منظور الأمريكيين الكوبيين حول الأحداث الجارية. بعض البرامج تتضمن مناقشات الطاولة المستديرة، تعليقات الخبراء التي تتناول موضوعات سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية، وحقوق الإنسان، شهادات من مساجين سياسيين سابقين، ومن حقوق الإنسان، وقطاعات العمالة.

على الرغم من جهود الرئيس الكوبي كاسترو لكبح جماح أو التشويش على راديو Marti فإن الكوبيين يستمعون إليه بأعداد كبيرة. لهذا السبب انشئ تليفزيون Marti: لتزويد المشاهدين الكوبيين بالبرامج المتاحة في بلدان أخرى، وفي المجتمعات الأوروبية. يوفر تليفزيون Marti باللغة الأسبانية أخبار ملامح الحياة في U.S، وفي بلدان أخرى، الترفيه، والمباريات الرياضية. إنه يوفر أيضاً تعليقات ومعلومات أخرى حول الأحداث في كوبا

وفي أماكن أخرى لتدعيم قضية الحرية من أجل كوبا. أخيراً، قد تعرض راديو وتليفزيون Marti إلى مشكلات إدارية داخلية. قد هيمن على إدارة Marti الكوبيون في المنفى ذوو الاتجاهات اليمينية المتطرفة، بينما الموظفون يتكونون من كوبيين في المنفى متعصبين يعيشون في منطقة ميامي. قد اشتكى الكثير من الصحفيين، وفي النهاية تركوا العمل بسبب تدخل رؤساء التحرير مع قصصهم الإخبارية. يدعي البعض بأن جماهيرهم تتآكل في كوبا، وأن الشبكات القائمة على الدعاية، عبارة عن بقايا عهد قد مضى، ويجب أن تنتهي تماماً.

حاشية

في عقد التسعينيات (١٩٩٠) أصدرت وزارة الخزانة تعليمات تطلب من شركات وسائل الإعلام والصحفيين أن يحصلوا على ترخيص لكي ييثوا إذاعاتهم، يكتبوا تقارير، أو يفتحوا مكاتب لهم في كوبا. في الجزء الأكبر من الاستجابة، عارضت مشروعات وسائل الإعلام الأمريكية الرئيسة تعليمات وزير الخزانة، ورفضت التقدم لطلب تراخيص. البعض استجاب. الفشل في الحصول على ترخيص من الخزانة يمكن أن يؤدي إلى غرامات كبيرة لكل من شبكة الأخبار وأيضاً الصحفيين كأفراد. ١٠ سنوات سجن وغرامة يمكن أن تصل إلى مليون \$.

ما هو مثير بالفعل، أن موقف حكومة U.S الرسمي في مناقشات الإعلام الدولي كان عبارة عن المعارضة الشديدة لأي مطالبات تراخيص من أي حكومة تؤثر على وسائل الإعلام، بحيث لا يكون للحكومات أية مسؤولية، أو تأثير، أو رقابة على وسائل الإعلام الجماهيرية. ومع ذلك، من الواضح، في حالات AP , CNN ، وأيضاً في أنشطتها المتنوعة مع راديو، وتليفزيون Marti، أنغمت الحكومة الأمريكية بعمق في الممارسات أثناء مناقشات نظام الإعلام والمعلومات العالمي الجديد (NWICO)، ودافعت بعنف عن حرية وسائل الإعلام، وعدم تدخل الحكومات في أنشطتها من قريب أو من بعيد.

شبكة إذاعة الشرق الأوسط

هذه الوحدة تشغل شبكتين أساسيتين، "الحرّة". تليفزيون وراڊيو سوا (معاً، بميزانية تقدر بحوالي ١٠٠ مليون \$ يدفعها BBC. إنها تبث باللغة العربية عبر ٢٢ بلداً في الشرق الأوسط. بدأ راڊيو "سوا" في عام ٢٠٠٣، والتليفزيون في عام ٢٠٠٤، يقدم الراڊيو مزيجاً من الموسيقى الغربية والعربية الشعبية، وله جماهير كبيرة بين المراهقين والشباب في العشرينيات من أعمارهم. موقف جمهور التليفزيون ليس على هذا المستوى. إحصاءاتهم قليلة مقارنة بتليفزيون الجزيرة المنافس. لدى وسائل الإعلام العربية ما يكفي من احتقار لمجلس محافظي العمل الإذاعي (BBG) بإدعاء أنهم كانوا مجرد أدوات للدعاية، وتفادي تقارير حول الضحايا من المدنيين نتيجة القصف بالقنابل سواء من الأمريكان أو الناتو.

الاستنتاجات

العقد الأول من بداية القرن الحادي والعشرين، كان ولا يزال يشهد تغيرات لافتة وطويلة الأجل في الإعلام العالمي. كان الأول ظهور CNN، والتي أصبحت بعد ظهورها بوقت قصير المهيمنة على الشبكة العالمية بالنسبة للأخبار العاجلة. سواء كانت الأخبار العاجلة تحدث في مركز حضاري رئيسي مثل باريس أو بكين، أو في صحراء نائية أو مناطق ريفية معزولة مثل أفغانستان، العراق أو كوسوفو، كانت CNN قادرة من خلال تقني واحد ومراسل واحد، تزيغ على الهواء مباشرة الكثير من القاصص الإخبارية العاجلة.

تتمثل التغيرات المثيرة الأخرى في نمو الخدمات العربية الجوهريّة بواسطة أصحاب المصلحة الأساسيين. تناولت هذه التطورات خدمات الراديو، التلفزيون والإنترنت. بجانب هذا، يوجد تركيز التحول والتمويل من البلدان الشيوعية السابقة إلى المناطق شبه الهامشية.

نتيجة لذلك، بدأت بعض البلدان في تطوير بدائل تحاكي CNN. تأتي BBC على قائمة هذا التطورات، التي قد أصبحت لها قدم راسخة في مجال أخبار TV الدولي، كما كانت مهيمنة في مجال الراديو الدولي. توالت بعد ذلك الشبكات الإخبارية عبر الأقمار الصناعية بل وعبر الكابلات المتصلة بالأقمار الصناعية والتي وفرت الخدمات الإخبارية والترفيهية إلى المنازل مباشرة وحسب الطلب. من بين هذه الشبكات Europeans لدول الاتحاد الأوروبي، وأيضاً France24.

النقطة اللافتة أن شبكات الأخبار العالمية الرئيسة مراكزها الأساسية في البلدان المحورية – CNN في الولايات المتحدة، BBC في المملكة المتحدة، France24، في فرنسا. ومن ثم تقدم كل شبكات الأخبار العالمية منظور ورؤية كل بلد محوري، وكلها تغطي الأخبار في البلدان الهامشية، وعلى الأخص الأخبار السيئة، انقلابات عسكرية، كوارث أو زلازل طبيعية. في نفس الوقت أنشأت هذه الدول مواقع web بلغات أجنبية تقدم كل ما هو إيجابي بالنسبة لها وتتجاهل كل ما هو سلبي.