# الفصل الثامن

# العولمة والاعلام

ـ مضامين مفهوم عولمة الاعلام.

ـ عناصر عولمة الاعلام.

ـ سمات أليات أو وسائل عمل شركات الاعلام والاتصال والترفيه الكبيرة.

ـ تأثير عولمة الاعلام على الأدوار الاعلامية الاتصالية للدولة على الصعيدين المحلى والعالمى.

ـ عولمة الاعلام ومستقبل النظام الاعلامى العربى.

ـ النظام الاعلامى العربى.

ـ عناصر النظام الاعلامى العربى.

ـ خصائص النظام الاعلامى العربى.

ـ القائمون بالاعلام فى الوطن العربى.

ـ إعادة تعريف الاعلام أو الأتصال الجماهيرى.

**العولمة والاعلام:**

ـ يستخدم مفهوم العولمة Globalization على نطاق واسع لتوصيف ومحاولة تحليل التحولات المتسارعة فى العالم،ورصد أثارها السياسية والأقتصادية والأجتماعية.

ـ العولمة عملية كلية مندمجة الأبعاد والأليات الأقتصادية والسياسية والأجتماعية والثقافية والاعلامية ومن الصعب تناول العولمة من منظور تاريخى أو أقتصادى فقط فثمة تداخل وترابط بين كل هذه الأبعاد لكن من الواضح أن هناك تركيزا على البعد الأقتصادى فى العولمة بوصفة المحرك الرئيسى لعمليات العولمة وبالتالى التقليل من أهمية الأبعاد الثقافية والإعلامية وأعتبارها من توابع وأثار العولمة الأقتصادية.

**عولمة الإعلام:**

**مفهوم عولمة الإعلام يستقطب اتجاهان:**

**الأتجاه الأول:** يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الإعلام ويبرز إيجابياتها باعتبارها تدعم التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال وتوفر للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الأختيار بين وسائل الاعلام والمعلومات.

**الاتجاه الثانى:** فيعارض بشدة عولمة الاعلام ويرفض ما يقال عن ايجابياتها وينظر اليها باعتبارها نفيا للتعددية الثقافية وتسييدا لقيم الربح والخسارة وأليات السوق فى مجالات الاعلام والاتصال والمعلومات علاوة على الأعتداء على حرية وسائل الاعلاموالحق فى الاتصال وتفويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية.

**ـ ولهذا يمكن تبنى مفهوما لعولمة الإعلام الذى يتضمن الأتى:**

أنه عملية تهدف الى التعظيم المتسارع والمستمر فى قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الإعلام والاتصال و المعلومات،ولذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية ،وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات الكبيرة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة ودور الدولة فى المجالين الإعلامى والثقافى من ناحية أخرى.

**عناصر عولمة الإعلام :**

**يمكن تلخيص عناصر العولمة الإعلام فى الأتى:**

١ ــ التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات .. وظهور تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط . Multi media وتكنولوجيا الاتصال التفاعلى بتطبيقاتها المختلفة مثل ( شبكة الانترنت ) بلغ عدد من يستخدمها بانتظام ١٤٧ مليون شخص يزداد عددهم بنسبة ١٠ ٪ على الأقل.

ـ وهذا التكامل يتح للمتلقين أمكانيات غير محدودة للأختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال وتبادل الادوار الاتصالية ،وكسر المركزية فى الأتصال ــ فضلا عن تعظيم وتدعيم استخدامات وسائل الإعلام والاتصال فى التسويق والترويج والتجارة على الصعيدين المحلى والدولى ومجمل هذه التحولات تبلور بوتيرة متسارعة ما أصطلح على تسميته بمجتمع المعلومات information socity.

**٢ ـ إعادة تعريف الإعلام أو الأتصال الجماهيرى :**

ـ فتقود عولمة الإعلام الى نمط اتصالى جديد يتسع لكل أنماط الاتصال هو الاتصال التفاعلى القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل وتبادل أدوار الاتصال بين الطرفين علاوة على اتساع وتنوع حرية الملتقى فى الأختيار.

ـ ولهذا أصبح من العسير التسليم بالتعريف البسيط القائل إن الإعلام أو الاتصال الجماهيرى هو مجرد توصيل رسائل نمطية الى جماهير غير متجانسة يصعب التعرف على ردود أفعالها تجاه هذه الرسائل أو أجزاء حوار معها.

ـ أن التحولات السابقة تدفع باتجاه إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيرى كعلم وقد تسمح بظهور علم أو علوم جديدة. أو أندماج علم الإعلام والاتصال الجماهيرى فى علوم أخرى.

٣ ـ تزايد أهمية اقتصادات الإعلام والإتصالات والمعلومات فى إطار التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ظهر ما يعرف بقطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى ـ infotainment tele sector والذى يضم هؤلاء الذين يخلقون عالم اللافتات والرموز ويتحكمون فيه.

ـ وتقدر معاملات صناعة الاتصالات عام ١٩٩٥م بألف مليار دولار ترتفع خلال خمس السنوات القادمة الى حوالى ألفى مليار دولار، أى ما يعادل ١٠٪ من التجارة العالمية وقد أزدادت مكانة ودور قطاع الاتصالات

المعلوماتى الترفيهى فى أقتصاديات الدول الصناعية الكبرى وفى أنشطة الشركات متعددة الجنسية.

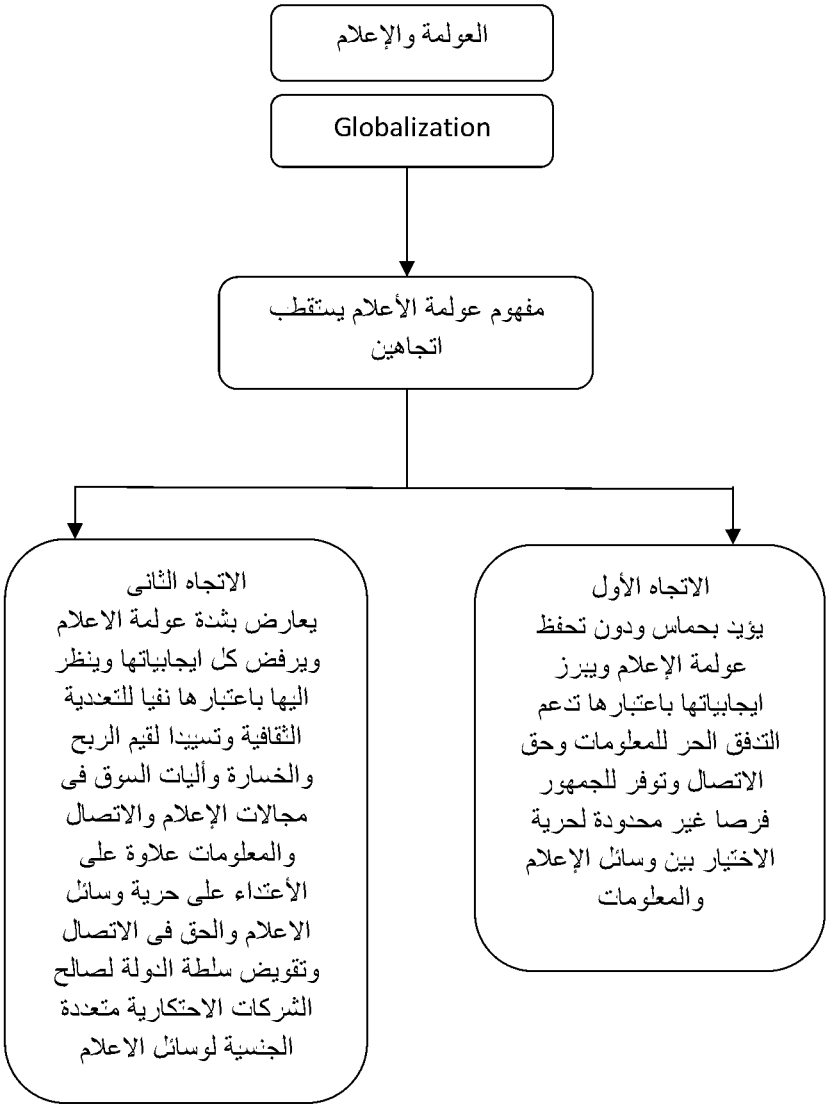
ـ والنمو المتلاحق فى قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى سواء على مستوى الاقتصاديات الوطنية أو الأقتصاد العالمى ـ أدى الى حدوث هذه **المتغيرات:**

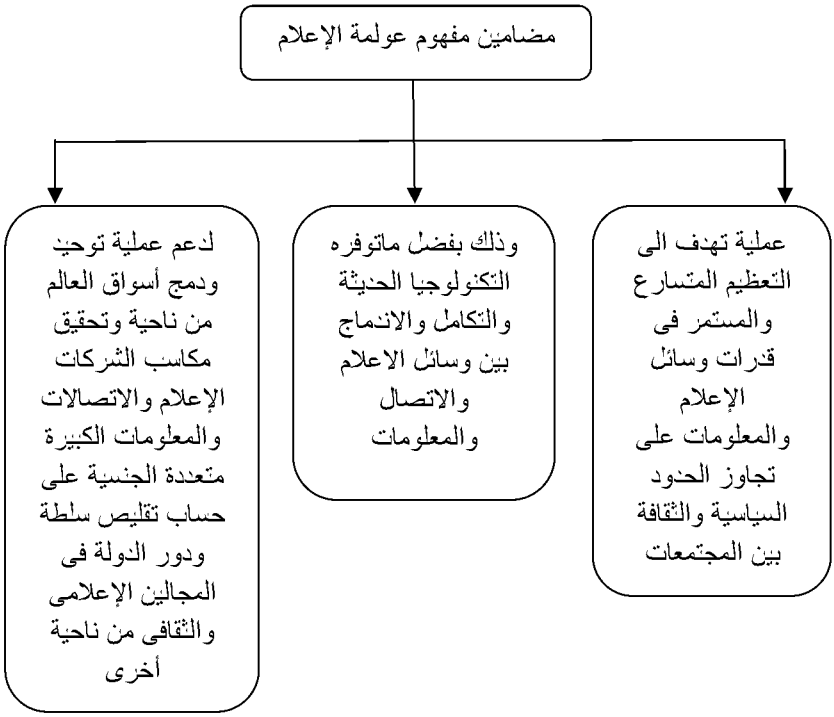
أ ـ تنميط المنتجات الإعلامية المعلوماتية بهدف توحيد العالم وفق متطالبات الأقتصاد وخصوصا اقتصاديات الإنتاج الإعلامى والترفيهى الأمريكى. والذى يسيطر على السوق العالمى.

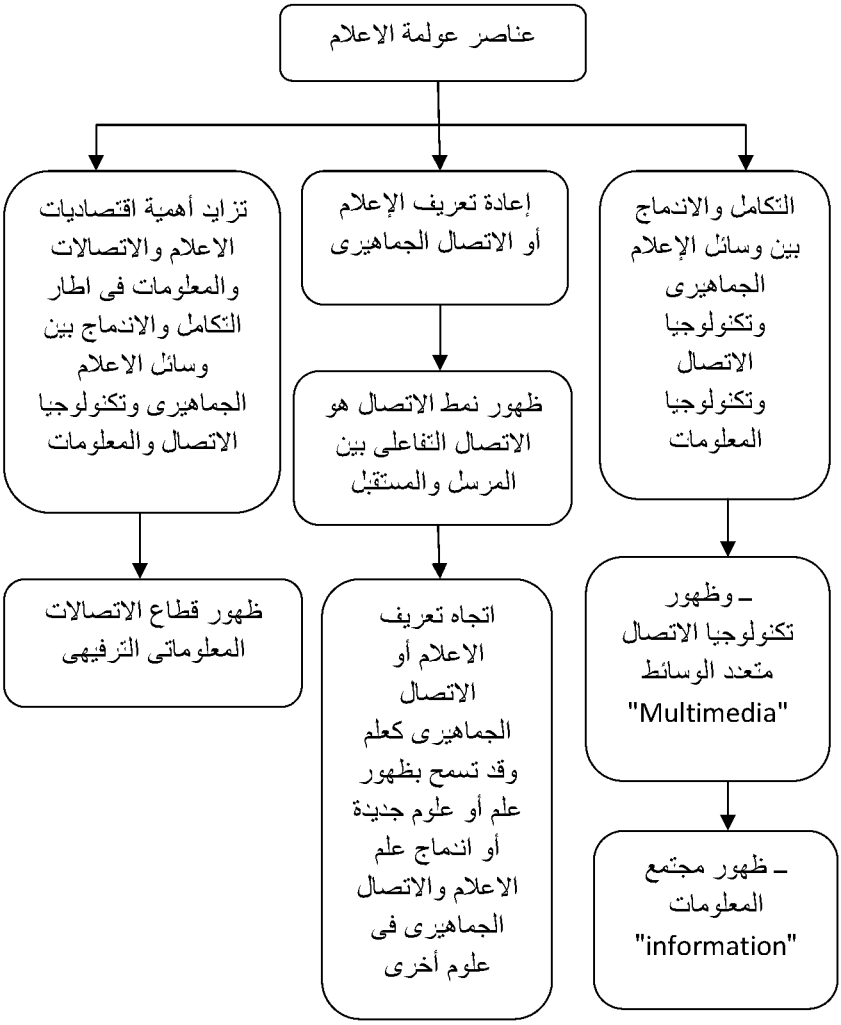
ب ـ مراعاة الخصوصيات الثقافية والقومية والعمل من خلالها بمعنى تجنب الاصطدام بها لتحقيق مكاسب اقتصادية فى ظل التنافس الحاد بين المنتجات الاعلامية الترفيهية وتعدد الخيارات المتاحة للشعوب.

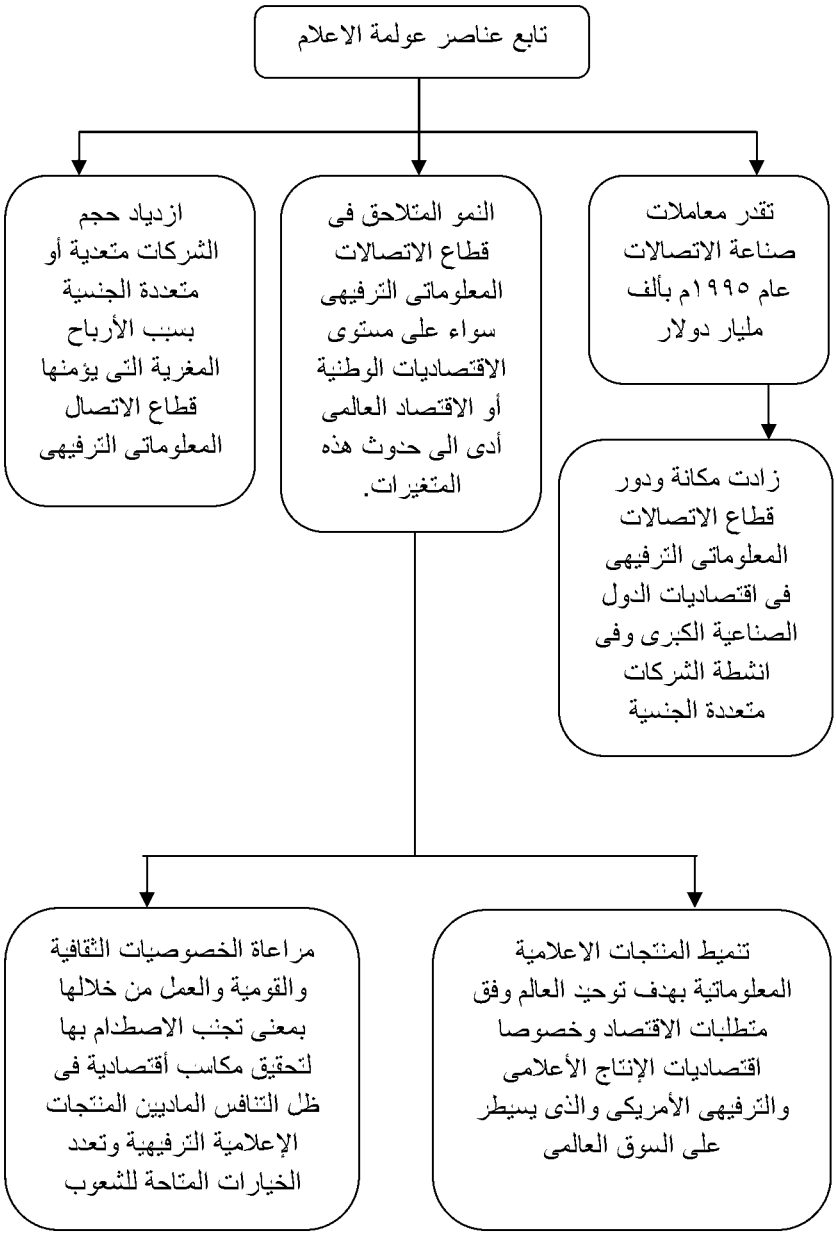
**٤ـ ازدياد حجم دور الشركات متعدية أو متعددة الجنسية:**

ان الارباح المغرية التى يؤمها قطاع الاتصال المعلوماتى الترفيهى قد جذب العديد من الشركات الكبيرة متعددة الجنسية الى توجيه استثماراتها الى ها القطاع من جانب أخر فان تكنولوجيا البث الفضائى عبر الأقمار الصناعية قد شجعت الكثير من شركات الاتصال المعلوماتى الترفيهى للعمل عبر الحدود وتنويع أنشطتها فضلا عن الاندماج وتكوين كيانات اقتصادية أكبر


العولمة والإعلام
Globalization
مفهوم عولمة الأعلام يستقطب اتجاهين
الاتجاه الأول
يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الإعلام ويبرز ايجابياتها باعتبارها تدعم التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال وتوفر للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات
الاتجاه الثانى
يعارض بشدة عولمة الاعلام ويرفض كل ايجابياتها وينظر اليها باعتبارها نفيا للتعددية الثقافية وتسييدا لقيم الربح والخسارة وأليات السوق فى مجالات الإعلام والاتصال والمعلومات علاوة على الأعتداء على حرية وسائل الاعلام والحق فى الاتصال وتقويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية لوسائل الاعلام


مضامين مفهوم عولمة الإعلام
عملية تهدف الى التعظيم المتسارع والمستمر فى قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافة بين المجتمعات
وذلك بفضل ماتوفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الاعلام والاتصال والمعلومات
لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب الشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات الكبيرة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة ودور الدولة فى المجالين الإعلامى والثقافى من ناحية أخرى


عناصر عولمة الاعلام
التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات
إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيرى
تزايد أهمية اقتصاديات الاعلام والاتصالات والمعلومات فى اطار التكامل والاندماج بين وسائل الاعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات
ظهور نمط الاتصال هو الاتصال التفاعلى بين المرسل والمستقبل
ظهور قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى
اتجاه تعريف الاعلام أو الاتصال الجماهيرى كعلم وقد تسمح بظهور علم أو علوم جديدة أو اندماج علم الاعلام والاتصال الجماهيرى فى علوم أخرى
ـ وظهور تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط "Multimedia"
ـ ظهور مجتمع المعلومات "information"


تابع عناصر عولمة الاعلام
تقدر معاملات صناعة الاتصالات عام ١٩٩٥م بألف مليار دولار
النمو المتلاحق فى قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى سواء على مستوى الاقتصاديات الوطنية أو الاقتصاد العالمى أدى الى حدوث هذه المتغيرات.
ازدياد حجم الشركات متعدية أو متعددة الجنسية بسبب الأرباح المغرية التى يؤمنها قطاع الاتصال المعلوماتى الترفيهى
زادت مكانة ودور قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى فى اقتصاديات الدول الصناعية الكبرى وفى انشطة الشركات متعددة الجنسية
تنميط المنتجات الاعلامية المعلوماتية بهدف توحيد العالم وفق متطلبات الاقتصاد وخصوصا اقتصاديات الإنتاج الأعلامى والترفيهى الأمريكى والذى يسيطر على السوق العالمى
مراعاة الخصوصيات الثقافية والقومية والعمل من خلالها بمعنى تجنب الاصطدام بها لتحقيق مكاسب أقتصادية فى ظل التنافس الماديين المنتجات الإعلامية الترفيهية وتعدد الخيارات المتاحة للشعوب

**سمات أليات ( وسائل ) عمل شركات الإعلام والاتصال والترفيه الكبيرة يمكن ذكر هذه السمات فى الأتى.**

سيطرة وهيمنة الشركات الامريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه ويقصد بهذا السيطرة على الملكية ومحتوى وتوجيهات المضامين والاشكال المنتجة.

- التكامل الرأسى: ويعنى به الملكية المتعددة لوسائل إعلامية وأنشطة متعددة. مثل ( شركات تعمل فى الصحافة - الطباعة - النشر - التوزيع - محطات التليفزيون - ستديوهات الانتاج ).

- علاقة الشركات الإعلامية متعددة الجنسية والوطن الأم علاقة تساند وتعاون.
- يمكن النظر الى العلاقة بين المؤسسات المتعددة الجنسية والحكومات على أنها تجمع بين التعاون والمنافسة أو التساند والصراع.
- وتبرز سمة التساند والتعاون بين كثير من شركات الإعلام والاتصال والترفيه متعددة الجنسية والوطن أو الدولة الأم،ومثل هذا التعاون تثير إشكاليات ثقافية وسياسية ترتبط بعمليات عولمة الإعلام وبالخصوصية الثقافية للمضامين والبرامج الاعلامية والترفيهية.
- ولعل أبرز نماذج التعاون بين الدولة والشركات الإعلامية متعددة الجنسية يتمثل فى علاقة كل من " تايم وارنر " مالك C.N.N بالحكومة الأمريكية. ومن جانب أخر فإن أغلب الشركات الأعلامية

للترفيه والمعلومات تقدم منتجات ثقافية وصورا ورموزا ترتبط بمجتمع أو دولة محددة.

- ولهذا يصعب نفى علاقات الارتباط والتعاون بين الشركات الأعلامية الكبيرة والدول الأم التى تنتمى اليها سياسيا وثقافيا.

العمل عبر وكلاء محليين

- تراجع دور الدولة فى النظام الإعلامى الدولى.

- على المستوى الوطنى تزايد اعتماد الدولة القومية الحديثة على وسائل الإعلام بغض النظر عن طبيعة النظام السياسى وتوجيهاته الاجتماعية والايديولوجية.

- ان تزايد منافذ وسائل الإعلام وأدوات التواصل - اتصالات الألياف البصرية التى يمكنها حمل ملايين المعلومات والصور الرقمية وأنظمة الكيبل التى تتسع لخمسمائة قناة إضافية والأقمار الصناعية ومعه الرغبة الحالية للاسواق والخصصة قضى على شرعية فكرة التنظيم العام ذاته.

- وأدى هذا الى سقوط مبرر احتكار الدولة لقيادة وتنظيم النظام الإعلامى

- وهناك حقائق تتعلق بتأثير عولمة الإعلام على الأدوار الإعلامية الاتصالية للدولة على الصعيدين المحلى والعالم: نذكرها فى:

١ ــ تراجع فى الأدوار والصلاحيات الإعلامية ( الأتصالية ) للدولة مع اتجاه متزايد نحو تخلى الدولة عن ملكية أو دعم وسائل الإعلام والاتصال. مع التسارع فى الدعوة الى خصخصة وسائل الاعلام.

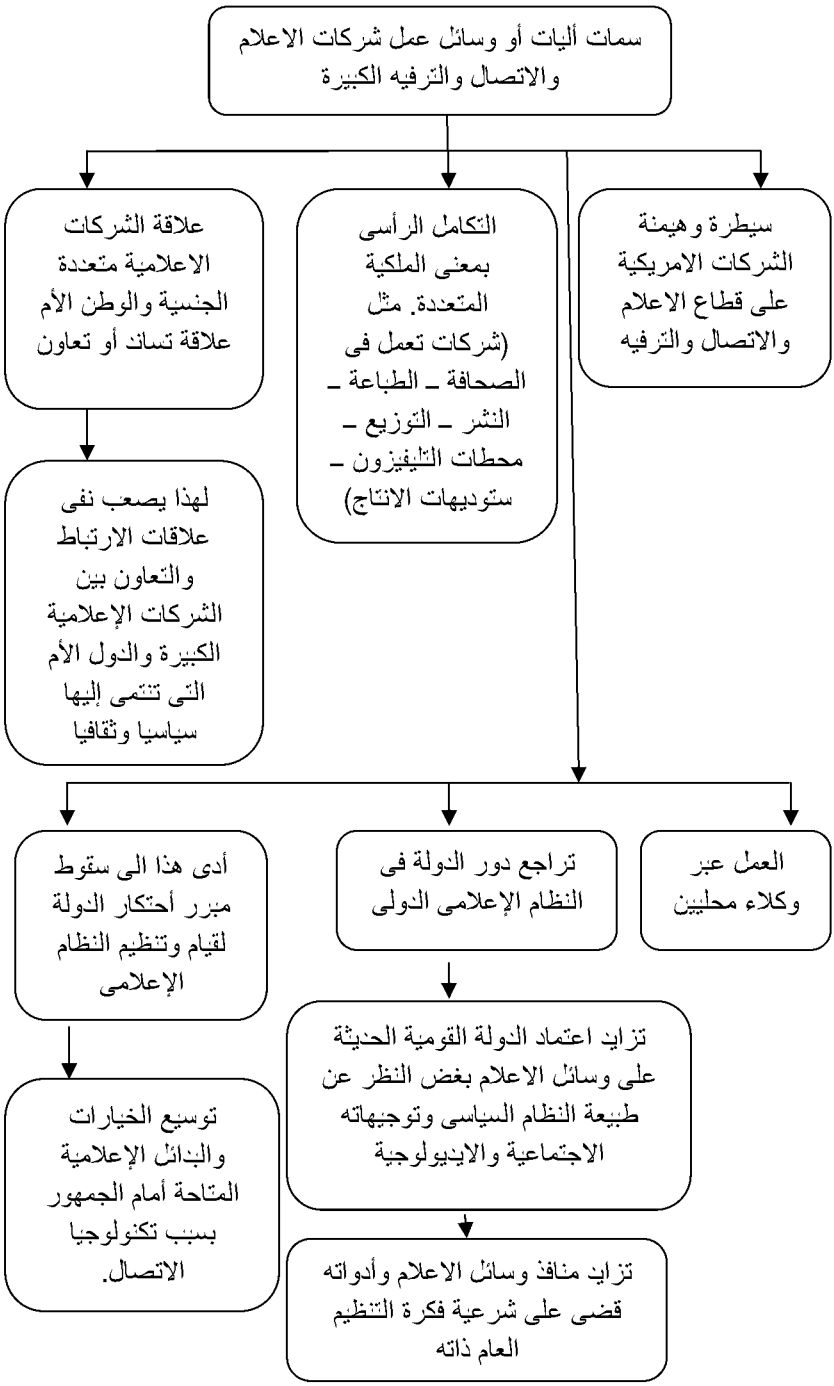
٢ ـ إن تراجع دور الدولة لم يرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فقط بل أيضا نتيجة الشك فى المصداقية العالمية لنوذج الدولة.وظهور العلاقات عبر القومية وأزمة الألية التى تنظم العلاقات بين الدول.

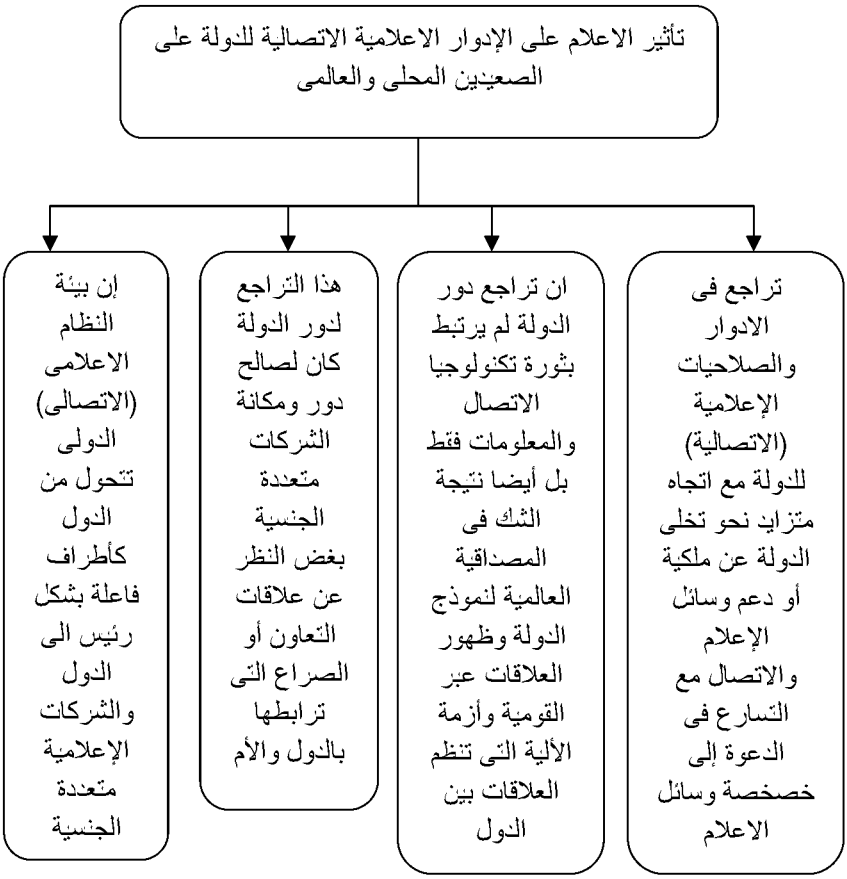
٣ ــ ان هذا التراجع لدور الدولة كان لصالح دور ومكانة الشركات متعددة الجنسية. بغض النظر عن علاقات التعاون أو الصراع التى تربطها بالدول الأم.

٤ ــ إن بيئة النظام الاعلامى ( الاتصالى ) الدولى تتحول من الدول كأطراف فاعلة بشكل رئيسى الى الدول والشركات الاعلامية متعددة الجنسية.

ـ توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور.

ــ وفرت تكنولوجيا الانتصال والاندماج والتكامل مع تكنولوجيا المعلومات فرصا غير محدودة أما الجمهور للأنتقاء من بين وسائل الإعلام التقليدية ( صحف ـ اذاعة ـ تليفزيون ) والحديثة غير التقليدية (البث الفضائى الرقمى ـ الكمبيوتر ـ شبكة المعلومات ـ الصحافة الإلكترونية ـ الوسائط المتعددة ).


سمات أليات أو وسائل عمل شركات الاعلام والاتصال والترفيه الكبيرة
سيطرة وهيمنة الشركات الامريكية على قطاع الاعلام والاتصال والترفيه
التكامل الرأسى بمعنى الملكية المتعددة. مثل (شركات تعمل فى الصحافة ـ الطباعة ـ النشر ـ التوزيع ـ محطات التليفيزون ـ ستوديهات الانتاج)
علاقة الشركات الاعلامية متعددة الجنسية والوطن الأم علاقة تساند أو تعاون
لهذا يصعب نفى علاقات الارتباط والتعاون بين الشركات الإعلامية الكبيرة والدول الأم التى تنتمى إليها سياسيا وثقافيا
العمل عبر وكلاء محليين
تراجع دور الدولة فى النظام الإعلامى الدولى
أدى هذا الى سقوط مبرر أحتكار الدولة لقيام وتنظيم النظام الإعلامى
تزايد اعتماد الدولة القومية الحديثة على وسائل الاعلام بغض النظر عن طبيعة النظام السياسى وتوجيهاته الاجتماعية والايديولوجية
توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور بسبب تكنولوجيا الاتصال.
تزايد منافذ وسائل الاعلام وأدواته قضى على شرعية فكرة التنظيم العام ذاته


تأثير الاعلام على الإدوار الاعلامية الاتصالية للدولة على الصعيدين المحلى والعالمى
تراجع فى الادوار والصلاحيات الإعلامية (الاتصالية) للدولة مع اتجاه متزايد نحو تخلى الدولة عن ملكية أو دعم وسائل الإعلام والاتصال مع التسارع فى الدعوة إلى خصخصة وسائل الاعلام
ان تراجع دور الدولة لم يرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فقط بل أيضا نتيجة الشك فى المصداقية العالمية لنموذج الدولة وظهور العلاقات عبر القومية وأزمة الألية التى تنظم العلاقات بين الدول
هذا التراجع لدور الدولة كان لصالح دور ومكانة الشركات متعددة الجنسية بغض النظر عن علاقات التعاون أو الصراع التى ترابطها بالدول والأم
إن بيئة النظام الاعلامى (الاتصالى) الدولى تتحول من الدول كأطراف فاعلة بشكل رئيس الى الدول والشركات الإعلامية متعددة الجنسية

## عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامى العربى :

ـ هناك معوقات لعولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامى العربى نحاول تلخيصها فى الأتى:

١ ـ **تقلص دور الدول:** وتضاءل قدرتها على ممارسة أحتكار حق البث الاذاعى والتليفزيونى والسيطرة من خلال المنع والمصادرة والمراقبة لوسائل الاعلام وما تقدمة من مضامين.

**٢ ـ ازدياد الدور المباشر للشركات متعددة الجنسية :**

ـ فى مرحلة العولمة فان قدرة الدولة على الضبط أو التحكم ستتقلص خاصة مع ظهور الشركات متعددة الجنسية كمسئول جديد يتمتع بقدرات مالية وتكنولوجية وفنية هائلة.

ـ ومن المنتظر أن تتوسع الشركات متعددة الجنسين فى إقامة مشروعات إعلامية مشتركة مع شركات من القطاع الخاص فى الدول العربية.

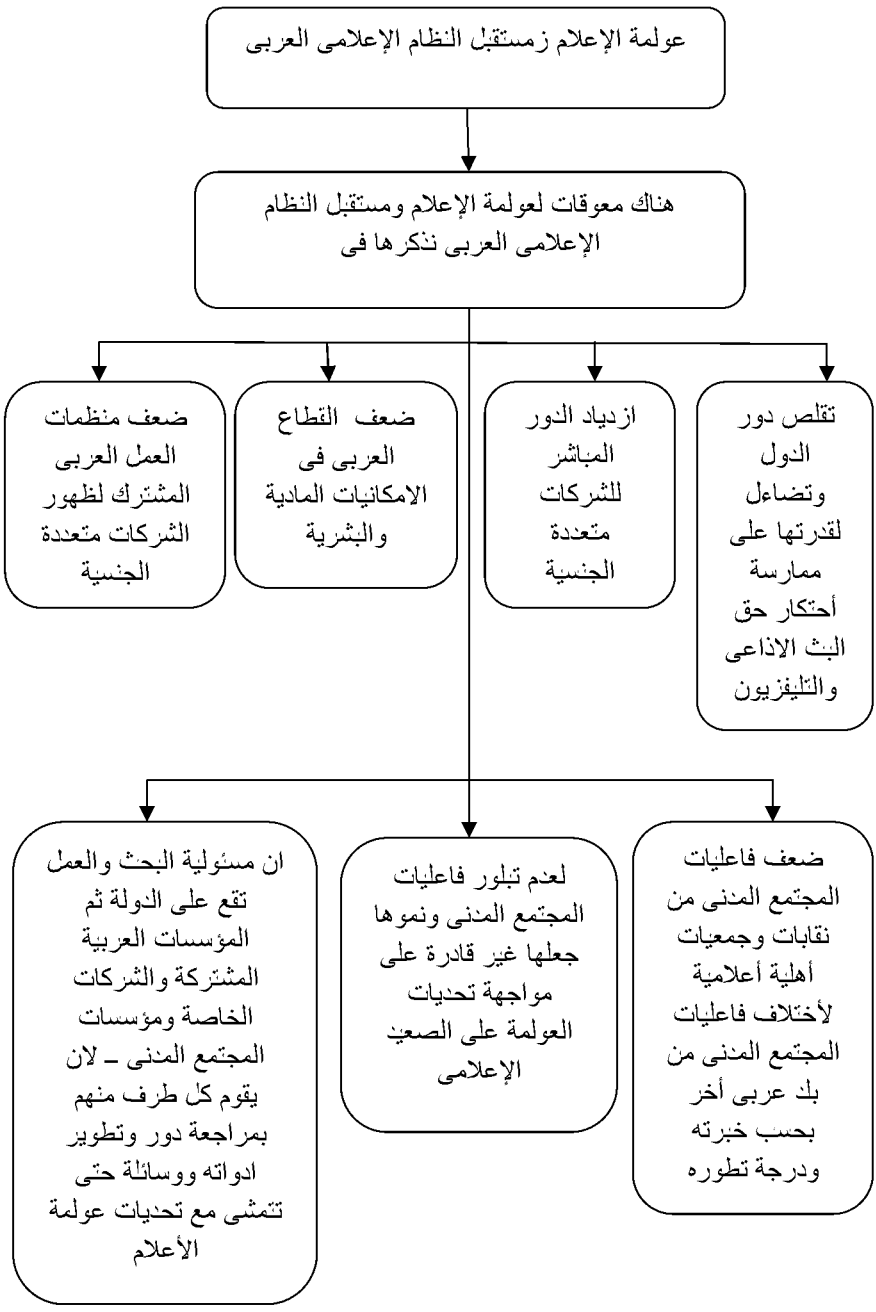
٣ ـ **ضعف القطاع العربى:** يتضح فى ضعف الامكانيات المادية والبشرية بالمقارنة بالشركات متعددة الجنسية ـ ولهذا نجد سؤالا ملحا وهو ما مدى استطاعة الشركات الاعلامية العربية الخاصة انجاز عملية الاعلام اعتمادا على إمكانية التجديد والابتكار فى إطار خصوصيته اللغة والثقافة العربية ؟

٤ ـ **ضعف منظمات العمل العربى المشترك:** لظهور الشركات متعددة الجنسين كقائم ومسئول جديد فى النظام الاعلامى العربى. والمنظمات الخاصة كمسئول مؤثر داخل النظام الاعلامى العربى.

٥ ـ **ضعف فاعليات المجتمع المدنى:** من نقابات وجمعيات أهلية أعلامية ـ لاختلاف فاعليات المجتمع المدنى من بلد عربى الى أخر بحسب خبرته ودرجة تطوره السياسى والاقتصادى والاجتماعى والثقافى.

ـ ولعدم تبلور فاعليات المجتمع المدنى ونموها جعلها غير قادرة على مواجهة تحديات العولمة على الصعيد الإعلامى.

ـ ولهذا إن مسئولية البحث والعمل تقع على الدولة ثم المؤسسات العربية المشتركة والشركات الخاصة ومؤسسات المجتمع المدنى ـ لان يقوم كل طرف منهم بمراجعة دوره وتطوير ادواته ووسائلة حتى تتمشى مع تحديات عولمة الإعلام.


عولمة الإعلام زمستقبل النظام الإعلامى العربى
هناك معوقات لعولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامى العربى نذكرها فى
تقلص دور الدول وتضاءل لقدرتها على ممارسة أحتكار حق البث الاذاعى والتليفزيون
ازدياد الدور المباشر للشركات متعددة الجنسية
ضعف القطاع العربى فى الامكانيات المادية والبشرية
ضعف منظمات العمل العربى المشترك لظهور الشركات متعددة الجنسية
ضعف فاعليات المجتمع المدنى من نقابات وجمعيات أهلية أعلامية لأختلاف فاعليات المجتمع المدنى من بلد عربى أخر بحسب خبرته ودرجة تطوره
لعدم تبلور فاعليات المجتمع المدنى ونموها جعلها غير قادرة على مواجهة تحديات العولمة على الصعيد الإعلامى
ان مسئولية البحث والعمل تقع على الدولة ثم المؤسسات العربية المشتركة والشركات الخاصة ومؤسسات المجتمع المدنى ـ لان يقوم كل طرف منهم بمراجعة دور وتطوير ادواته ووسائلة حتى تتمشى مع تحديات عولمة الأعلام

**النظام الإعلامى العربى :**

ـ صارت فكرة النسق ( النظام ) System تمثل الأن قاسما مشتركا تتجاذبها جميع صنوف المعرفة الأنسانية سوا أكانت ممثلة للعلم الطبيعى أم مجسدة للعلم الاجتماعى بما يضمه كلاهما من فروع وتخصصات.

ـ وفى دراسة راسم محمد الجمال[1] الاتصال والاعلام فى الوطن العربى ١٩٩١م ـ جاء فيها عدم قبول كثير من الباحثين الإعلاميين لمفهوم النظام لتوصيف التفاعلات التى تجرى بين النظم الإعلامية العربية أو لعدم الأتفاق علىمفهوم وشروط النظام الإعلامى العربى كنظام فرعى ضمن النظام الأقليمى العربى فى هذا السياق أشار اسم الجمال إلى أن أوضاع الأتصال والأعلام الدوليين وأوضاعهما على المستوى القومى العربى يشكلان مفهوم النظام بالمعنى القانونى ولو تجاوزا قيمة اتفاقيات وقواعد قانونية دولية.

ـ ولكن هذه الأوضاع لا تشكل نظاما دوليا. ونحن العرب مع غيرنا من الدول النامية خارج هذا النظام أساسا وإذا كان لنا فيه شئ فهو مجرد الانتفاع بمخرجات هذا النظام. ويخلص راسم الجمال إلى صعوبة القول بوجود نظام إعلامى عربى، إلا إذا قبلنا تجاوزات عديدة وأستثناءات شتى أو إذا قصد بالنظام الإتصال الإعلامى مجرد توصيف ما هو قائم بالفعل مع أعتباره نظاما معيبا.

---

(١) محمد شومان ـ كليه البنات ـ جامعة عين شمس ـ عالم الفكر ـ المجلد الثامن والعشرون ١٩٩٩م .

- فالنظام الإقليمى العربى هو مفهوم دراسى افتراض بمعنى أنه لا يشير إلى شئ أو وجود مادى وإنما إلى وجود مستتر. وكان أول من أستخدام هذا المفهوم فى الدراسات العربية كل من مطر وهلال حيث عرف النظام الأقليمى العربى بأنه منظومة البلاد العربية من موريتانيا إلى الخليج والذى يربط بين أعضائه عناصر التواصل الجغرافى والتماثل فى العديد من العناصر اللغوية والثقافية والتاريخية والأجتماعية.

- ويحدد محمد السيد سعيد معنيين للنظام الاقليمى العربى: هما:

**المعنى الأول:** أنه اطار تفاعلى مميز بين مجموعة الدول العربية يفترض أن يتسم بنمطية وكثافة التفاعلات مما يجعل التغير جزءا منه يؤثر على بقية الأجزاء.

**المعنى الثانى:** أن النظام هو التوجه القصدى لمجموعة من الدول لبناء روابط وثيقة فيما بينها انطلاقا من شعور مشترك بمهمة أو مسئولية متبادلة حيال إنجاز ما فى المجاملات الأمنية أو الثقافية أو الأقتصادية أو كلها معا.

- ويمكن تحديد مفهوم النظام الاعلامى العربى بأنه إطار تفاعلى يشمل الهياكل ووسائل الاتصال والعمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى سواء بين الدول أم الشعوب العربية.

**- ويتضمن المفهوم المقترح للاعلام الدولى ثلاثة أبعاد رئيسية هى:**

١ - **البعد الاتصالى:** يقتصر المفهوم المقترح على العمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى وما تقدمة من خطابات ومضامين مختلفة.

٢ ـ **البعد الدولى:** تجرى العمليات الاتصالية والتفاعلات بين دول وشعوب عربية تنتمى الى وطنية ( قطرية ) تربطها علاقات دولية رغم ما بينها من خصوصيات تاريخية وثقافية وسياسية.

٣ ـ **البعد الثقافى:** يتفاعل النظام الإعلامى العربى مع الثقافة العربية الاسلامية كما تجرى عمليات الاتصال والتفاعل عبر اللغة العربية ورموز وعلامات الثقافة العربية .

**عناصر النظام الإعلامى العربى :**

ـ ان النظام الإعلامى العربى يمثل نظاما إقليميا فرعيا يتفاعل وبقية الأنظمة الإعلامية الإقليمية مع النظام الإعلامى الدولى. وثمة اتفاق عديدة بين النظامين فيما يتعلق بالعناصر المكونة لكل منهما وعلاقاتهما بالنظام الدولى أو النظام الإقليمى العربى، فالنظام الإعلامى الدولى كما يرى فورتنر Fortner وجالتنج Galting على ما بينهما من أختلافات منهجية عمية هو نظام فرعى ضمن النظام الدولى.

ـ ويتكون النظام الإعلامى " الإتصالى " الدولى من عناصر فنية، إقتصادية وسياسية وتنظيمية وثقافية، عناصر للسيطرة الأجتماعية.ومن الضرورى عند دراسة النظام الإعلامى ( الأتصالى ) الدولى تحليل عناصره ومكوناته على مستوى النظم الفرعية وعلاقات التأثير المتبادل بينها. فى هذا السياق فإن عناصر التحليل تتضمن:

ـ التكنولوجيا المستخدمة، وفلسفات النظام ( السياسيات والايديولوجيات) والأهداف التى تسعلا الى تحقيقها والمضمون، والعلاقات

بين النظام الدولى للإتصالات والنظم الفرعية وعناصر كل نظام وأخيرا المتلقين أو الجمهور.

وقد حدد فاروق أبو زيد خمسة أبعاد لمفهوم النظام الاعلامى هى:

١ ـ الفلسفة الاعلامية: التى يقوم عليها النظام الإعلامى وهى مجموعة المبادئ والأسس الفكرية.

٢ ـ السياسات الاعلامية: وهى البرامج التطبيقية للفلسفة الاعلامية.

٣ ـ الإطار القانونى: الذى يترجم الفلسفة الاعلامية الى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الإعلامية.

٤ ـ البنية الاتصالية الأساسية: وتشمل مستوى تكنولوجيا الأتصال والكوادر البشرية المتاحة والامكانات المادية وغيرها.

٥ ـ الممارسات الإعلامية فى الواقع الفعلى.

ـ فى ضوء ما سبق فإن النظام الإعلامى العربى يعتبر نظاما فرعيا ضمن النظام الإقليمى العربى ويشمل مجموعة من العناصر والمكونات التى يقوم عليها النظام الدولى. ويقوم عليها أى نظام إعلامى وطنى مثل العناصر: ( الفنية، الأقتصادية، السياسية، التنظيمية، الثقافية فضلا عن عناصر السيطرة الأجتماعية).

**خصائص النظام الإعلامى العربى:**

ـ من نتائج دراسات فى هذا المجال نذكر باختصار لأهم هذه الخصائص:

ـ تشابه السياسات الأتصالية من حيث سعيها الى دمج الإعلام سياسيا ودعائيا وترفيهيا على حساب وظائف الإعلام الأخرى، فضلا عن سيادة المركزية الشديدة على ممارسات الاتصال سواء جغرافيا أم إداريا.

ـ ملكية الدولة لوسائل الإعلام: باستثناء لبنان تحتكر الدولة فى النظام الإعلامى العربى ملكية وإدارة الإذاعة والتليفزيون بينما تتعدد انماط ملكية الصحف بين الملكية الخاصة والملكية العامة والملكية المختلطة مع وجود ضوابط وقيود على إصدار وامتلاك الصحف.

ـ وقد دفعت هذه القيود الى أهدار بعض الأفراد والجماعات صحف عربية من دول أجنبية كبريطانيا وقبرص وفرنسا ،من جانب أخر أتاحت ثورة تكنولوجيا لبعض الأفراد والشركات إنشاء قنوات عربية فضائية خاصة من دول أجنبية.

ـ عدم التوازن فى انتشار تكنولوجيا الاتصال الجماهيرى: انتشار واستخدام تكنولوجيا الاتصال داخل النظام الاعلامى العربى بالاختلاف والتنوع الشديد مع وجود فجوات بين الدول التى تشكل وحدات النظام وداخل كل دولة وتعكس هذه الاختلافات تباينا على مستوى التطور الاقتصادى والاجتماعى والتعليمى بين الدول العربية وداخل كل دولة على حدة.

ـ ومازالت وسائل الاعلام فى بعض الدول العربية عاجزة عن استيعاب التطورات التكنولوجية المعاصرة واستخدامها وملاحقتها. وعن توافير الكوادر الاعلامية الوطنية التى تفى باحتياجات الانتاج كما ومضمونا وشكلا.

**التبعية:**

ـ يعانى النظام الإعلامى من خال هيكلى يتمثل فى تبعية مدخلات ومخرجات النظام ـ وعلى مستويات عدة للدول الصناعية المتقدمة

والشركات العملاقة متعددة الجنسية التى تعمل فى مجال الألام والتكنولوجيا المستخدمة فى النظام الإعلامى العربى والتى تشترى من الخارج.

**تشابه المضمون:**

ـ رغم تنوع وتباين المضامين الإعلامية الصادرة عن النظام الإعلامى العربى إلا أنها تلتقى عند عدد محدود من الأهداف والأستراتيجيات أهمها التركيز على الشئون المحلية وغلبة الطابع الدعائى والأستهلاكى.

**الجماهير ( المتلقون ):**

ـ تتوافر إحصاءات من جهات عربية أو دولية حول نسبة أمتلاك أو أستخدام وسائل الإعلام لكل ألف مواطن وتظهر هذه الإحصاءات وجود تفاوت بين الدول العربية فيما يتعلق بمدى انتشار وسائل الأعلام بين المواطنين ويتماشى هذا مع التفاوت فى المستوى الأقتصادى والأجتماعى بين الدول العربية.

ـ والأزمة الحقيقية أن هذه الفجوات تعمل بوتيرة متسارعة لتقسيم المجتمعات العربية إلى أغلبية واسعة تبدو غير قادرة على الأستفادة من الزحف الاعلامى وتنوع المعلومات والأراء.

ـ فى المقابل تتبلور أقلية متميزة اقتصاديا وتعليميا تتفاعل بوعى مع بعض برامج ومضامين النظام الاعلامى العربى، والنظام الإعلامى والدولى، ومن ثم تميل الى التحفظ عليه أو رفضه بدرجات مختلفة وتتجه إما الى التقوقع

أو الميل نحو التغريب أو السعى لمقاومة النظام الاعلامى العربى والقطعية معه.

**القائمون بالاعلام فى الوطن العربى:**

ـ يمكن تحديد القائمون بالأعلام فى الوطن العربى فى:

١ ــ **الدولة:** وتشمل جميع المؤسسات والسلطات والرموز الخاصة بالدولةالوطنية.

٢ ـ **منظمات العمل الإعلامى العربى:** من خلال جامعة الدول العربية. وهى منظمة حكومية أقليمية ـ تمارس انشطة متعددة،وقد أنشأت جامعة الدول العربية عددا من مؤسسات التعاون الإعلامى بين الدول العربية تتمثل فى

أ ــ الإدارة العامة للأعلام: تتولى هذه الأدارة أنشطة الإعلام العربى المشترك الذى يصدر باسم الجامعة وبالنيابة والأشتراك عن الأقطار العربية ـ بدأت فى عام ١٩٤٦م.

ب ـ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

جـ ـ اللجنة الدائمة للإعلام العربى.

د ـ مجلس وزراء الإعلام العربى.

و ـ المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية.

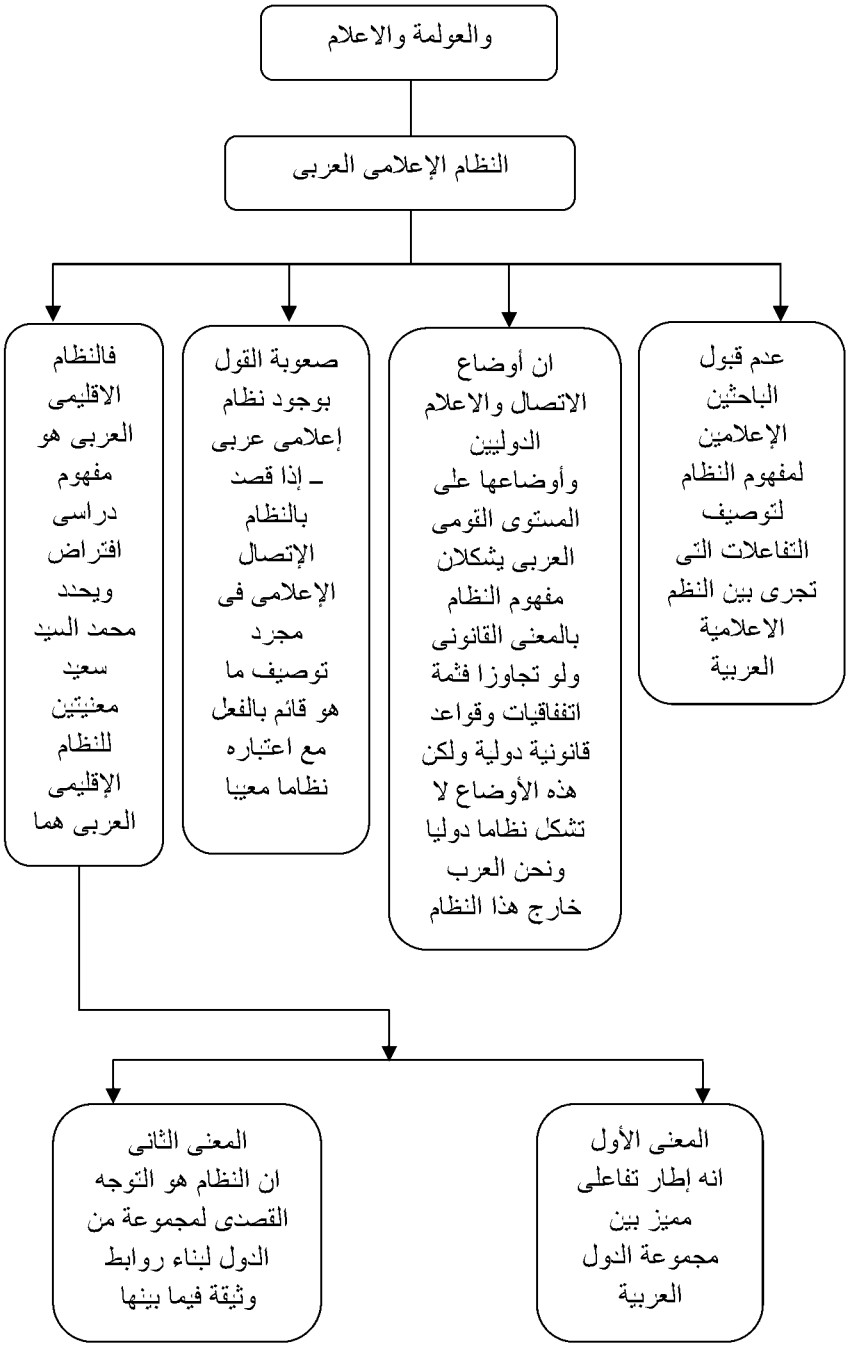
ز ـ اتحاد وكالات الأنباء العربى.

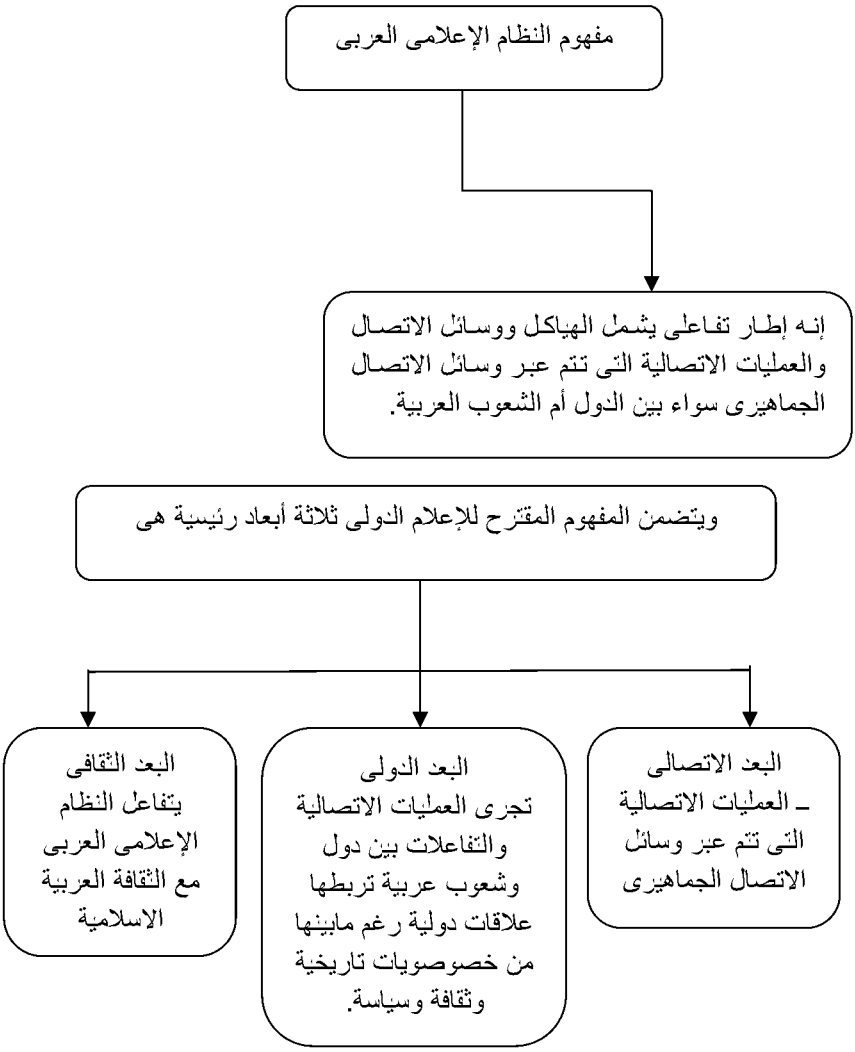
ح ـ اللجنة المشتركة لاستخدام القمر العربى للإعلام والثقافة والتنمية.

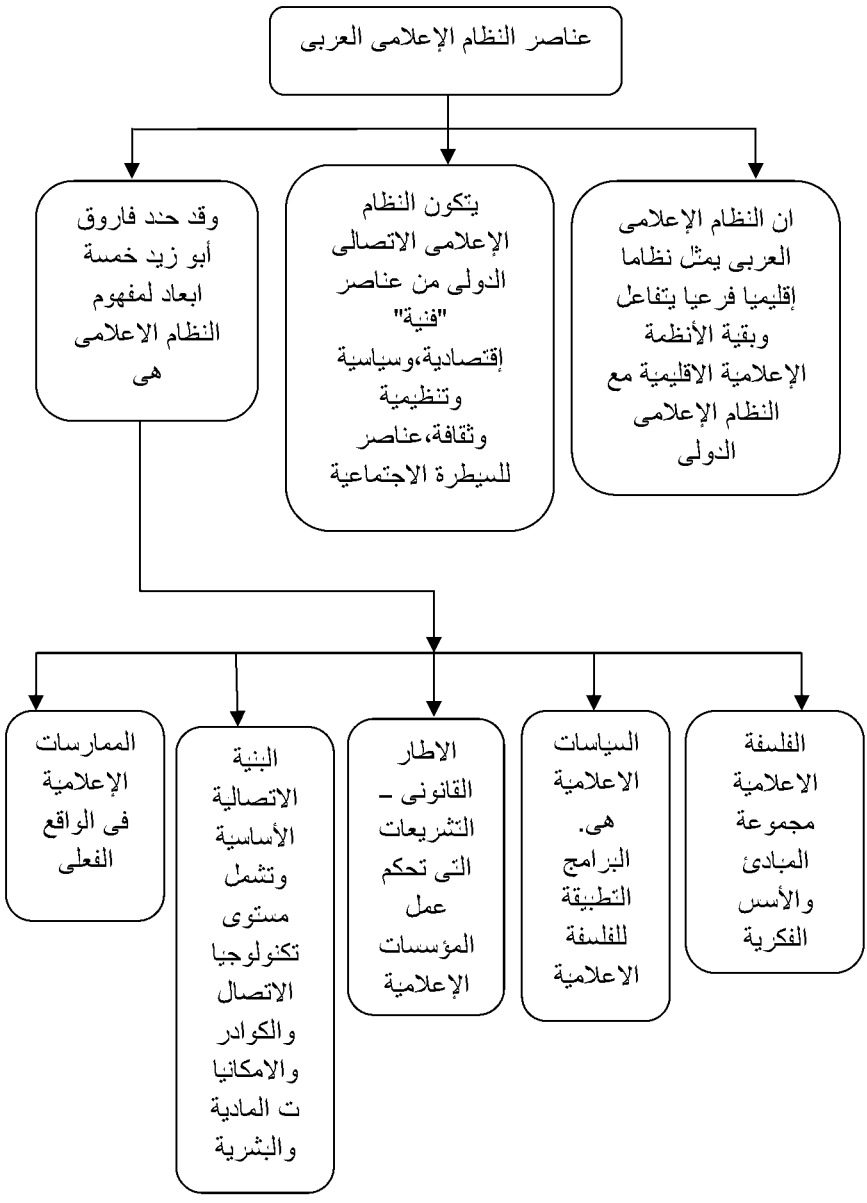
٣ ـ **منظمات القطاع الخاص:** تشمل جميع المنظمات والشركات التى تعمل فى مجالات الإعلام داخل النظام الإعلامى العربى والتى يمتلكها ويديرها أفراد أو شركات خاصة بغض النظر عن وجود مقار وأصول لبعض هذه الشركات فى دول أجنبية. مثل " القنوات التليفزيونية الفضائية الخاصة ـ والصحافة العربية فى أوروبا" .

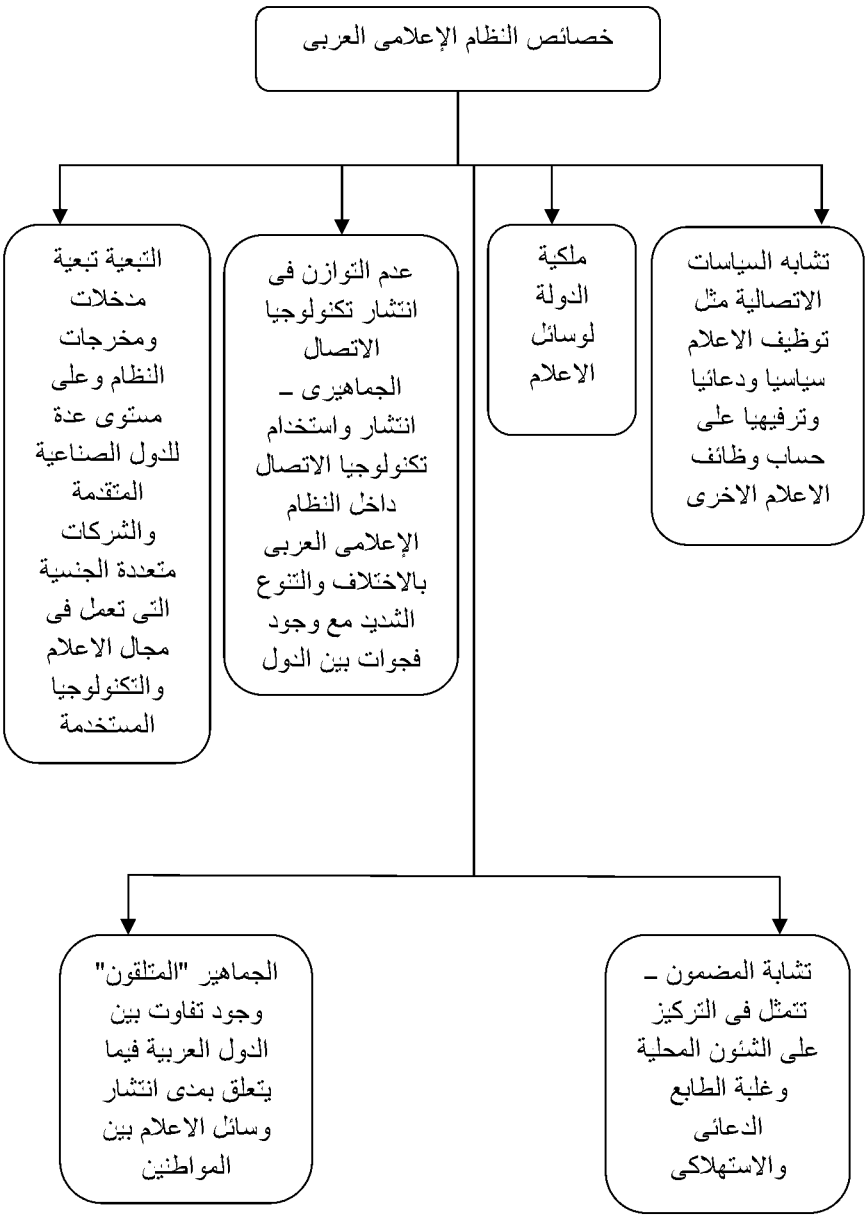
٤ ـ **الجمعيات والمنظمات والاتحادات ومراكز البحوث غير الحكومية:**

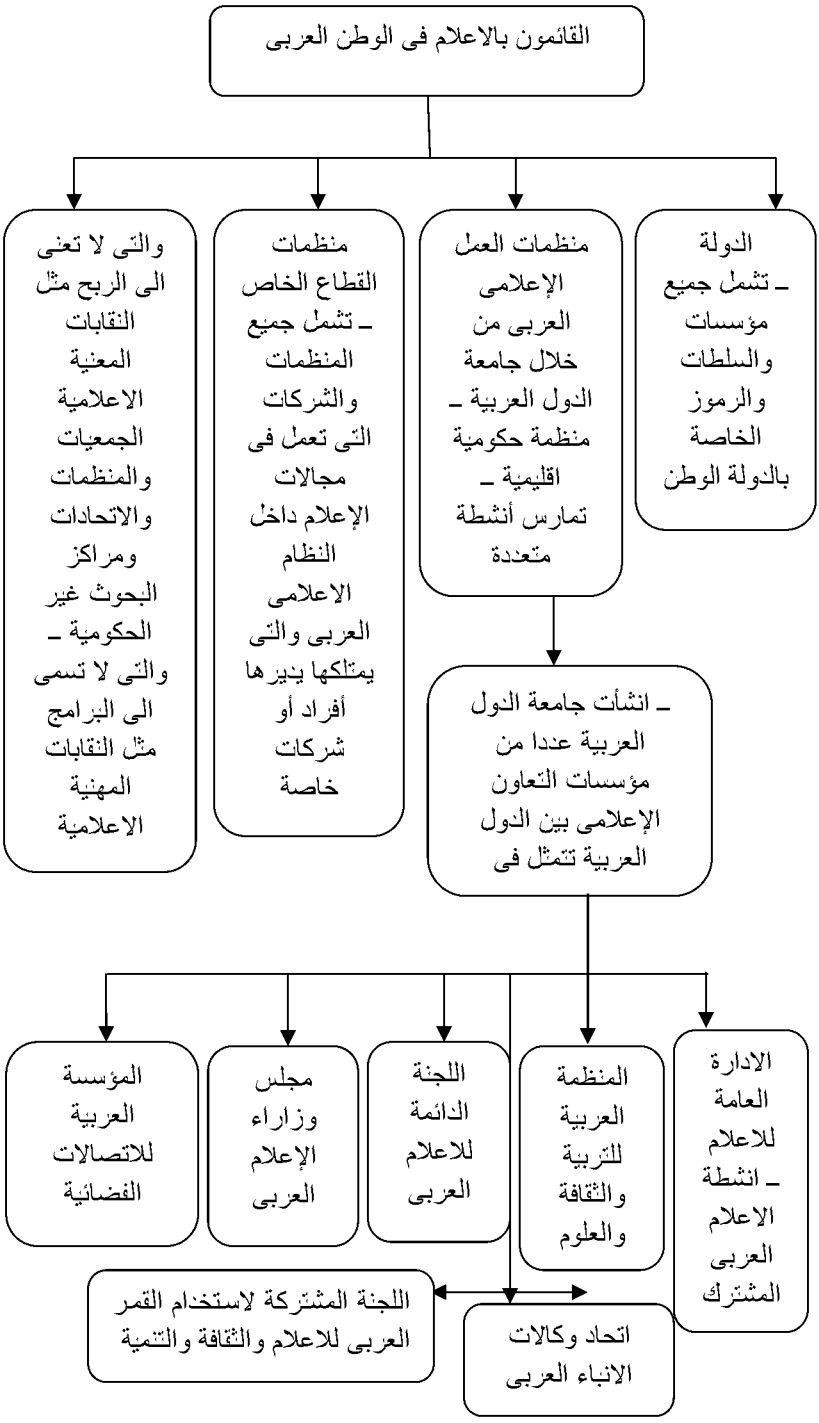
ـ والتى لا تسعى الى الربح وتقوم ببعض أنشطة الاتصال الجماهيرى سواء على المستوى الوطنى أم القومى والتى تؤثر بالتالى فى النظام الإعلامى العربى مثل " النقابات والاتحادات المهنية الخاصة بالعاملين فى وسائل الإعلام العربية ".


والعولمة والاعلام
النظام الإعلامى العربى
عدم قبول الباحثين الإعلامين لمفهوم النظام لتوصيف التفاعلات التى تجرى بين النظم الاعلامية العربية
ان أوضاع الاتصال والاعلام الدوليين وأوضاعها على المستوى القومى العربى يشكلان مفهوم النظام بالمعنى القانونى ولو تجاوزا فثمة اتفاقيات وقواعد قانونية دولية ولكن هذه الأوضاع لا تشكل نظاما دوليا ونحن العرب خارج هذا النظام
صعوبة القول بوجود نظام إعلامى عربى ـ إذا قصد بالنظام الإتصال الإعلامى فى مجرد توصيف ما هو قائم بالفعل مع اعتباره نظاما معيبا
فالنظام الاقليمى العربى هو مفهوم دراسى افتراض ويحدد محمد السيد سعيد معنيتين للنظام الإقليمى العربى هما
المعنى الأول انه إطار تفاعلى مميز بين مجموعة الدول العربية
المعنى الثانى ان النظام هو التوجه القصدى لمجموعة من الدول لبناء روابط وثيقة فيما بينها


مفهوم النظام الإعلامى العربى
إنه إطار تفاعلى يشمل الهياكل ووسائل الاتصال والعمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى سواء بين الدول أم الشعوب العربية.
ويتضمن المفهوم المقترح للإعلام الدولى ثلاثة أبعاد رئيسية هى
البعد الاتصالى
ـ العمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى
البعد الدولى
تجرى العمليات الاتصالية والتفاعلات بين دول وشعوب عربية تربطها علاقات دولية رغم مابينها من خصوصويات تاريخية وثقافة وسياسة.
البعد الثقافى
يتفاعل النظام الإعلامى العربى مع الثقافة العربية الاسلامية


عناصر النظام الإعلامى العربى
ان النظام الإعلامى العربى يمثل نظاما إقليميا فرعيا يتفاعل وبقية الأنظمة الإعلامية الاقليمية مع النظام الإعلامى الدولى
يتكون النظام الإعلامى الاتصالى الدولى من عناصر "فنية" إقتصادية،وسياسية وتنظيمية وثقافة،عناصر للسيطرة الاجتماعية
وقد حدد فاروق أبو زيد خمسة ابعاد لمفهوم النظام الاعلامى هى
الفلسفة الاعلامية مجموعة المبادئ والأسس الفكرية
السياسات الاعلامية هى. البرامج التطبيقة للفلسفة الاعلامية
الاطار القانونى – التشريعات التى تحكم عمل المؤسسات الإعلامية
البنية الاتصالية الأساسية وتشمل مستوى تكنولوجيا الاتصال والكوادر والامكانيا ت المادية والبشرية
الممارسات الإعلامية فى الواقع الفعلى


خصائص النظام الإعلامى العربى
تشابه السياسات الاتصالية مثل توظيف الاعلام سياسيا ودعائيا وترفيهيا على حساب وظائف الاعلام الاخرى
ملكية الدولة لوسائل الاعلام
عدم التوازن فى انتشار تكنولوجيا الاتصال الجماهيرى ـ انتشار واستخدام تكنولوجيا الاتصال داخل النظام الإعلامى العربى بالاختلاف والتنوع الشديد مع وجود فجوات بين الدول
التبعية تبعية مدخلات ومخرجات النظام وعلى مستوى عدة للدول الصناعية المتقدمة والشركات متعددة الجنسية التى تعمل فى مجال الاعلام والتكنولوجيا المستخدمة
تشابة المضمون ـ تتمثل فى التركيز على الشئون المحلية وغلبة الطابع الدعائى والاستهلاكى
الجماهير "المتلقون" وجود تفاوت بين الدول العربية فيما يتعلق بمدى انتشار وسائل الاعلام بين المواطنين


القائمون بالاعلام فى الوطن العربى
الدولة ـ تشمل جميع مؤسسات والسلطات والرموز الخاصة بالدولة الوطن
منظمات العمل الإعلامى العربى من خلال جامعة الدول العربية ـ منظمة حكومية اقليمية ـ تمارس أنشطة متعددة
منظمات القطاع الخاص ـ تشمل جميع المنظمات والشركات التى تعمل فى مجالات الإعلام داخل النظام الاعلامى العربى والتى يمتلكها يديرها أفراد أو شركات خاصة
والتى لا تعنى الى الربح مثل النقابات المعنية الاعلامية الجمعيات والمنظمات والاتحادات ومراكز البحوث غير الحكومية ـ والتى لا تسمى الى البرامج مثل النقابات المهنية الاعلامية
ـ انشأت جامعة الدول العربية عددا من مؤسسات التعاون الإعلامى بين الدول العربية تتمثل فى
الادارة العامة للاعلام ـ انشطة الاعلام العربى المشترك
المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
اللجنة الدائمة للاعلام العربى
مجلس وزاراء الإعلام العربى
المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية
اتحاد وكالات الانباء العربى
اللجنة المشتركة لاستخدام القمر العربى للاعلام والثقافة والتنمية

**خلاصة :ـ**

**العولمة والاعلام :**

ـ يستخدم مفهوم العولمة Globalization على نطاق واسع لتوصيف ومحاولة تحليل التحولات المتسارعة فى العالم ،ورصد أثارها السياسية والأقتصادية والاجتماعية.

ـ العولمة عملية كلية مندمجة الأبعاد والأليات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والاعلامية ومن الصعب تناول العولمة من منظور تاريخى أو أقتصادى فقط فثمة تداخل وترابط بين كل هذه الابعاد ولكن من الواضح أن هناك تركيزا على البعد الاقتصادى فى العولمة بوصفة المحرك الرئيسى لمعمليات العولمة وبالتالى التقليل من أهمية الأبعاد الثقافة والإعلامية واعتبارها من توابع وأثار العولمة الاقتصادية.

ـ مفهوم عولمة الاعلام يستقطب اتجاهين هما

**الاتجاه الأول** : يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الاعلام الاعلام ويبرز ايجابياتها باعتبارها تدعم التدفق الحر للمعلومات وحق الاتصال وتوفر للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات.

**الاتجاه الثانى** : يعارض بشدة عولمة الاعلام ويرفض كل ايجابياتها وينظر اليها باعتبارها نفيا للتعددية الثقافية وتسييدا لقيم الربح والخسارة وأليات السوق فى مجالات الاعلام والاتصال والمعلومات علاوة على الاعتداء على حرية وسائل الاعلام والحق فى الإتصال وتقويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية لوسائل الأعلام.

**ـ ومضامين مفهوم عولمة الإعلام يتلخص فى:**

١ ـ عملية تهدف الى التعظيم المتسارع والمستمر فى قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على اتجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات.

٢ ـ وذلك بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل الاندماج بين وسائل الأعلام والاتصال والمعلومات.

٣ ـ لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات والمعلومات الكبيرة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة ودور الدولة فى المجالين الإعلامى والثقافى من ناحية أخرى.

**وعناصر عولمة الاعلام تتضح فى النقاط الأتية:**

١ ــ التكامل والاندماج بين وسائل الاعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات. وظهور تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط ـ Multi media وظهور مجتمع المعلومات information.

٢ ـ إعادة تعريف الإعلام أو الأتصال الجماهيرى ـ وظهور نمط اتصالى جديد يتسع لكل أنماط الاتصال هو الأتصال التفاعلى بين المرسل والمستقبل،واتجاه تعريف الاعلام أو الاتصال الجماهيرى كحلم وقد تسمح بظهور علم أو علوم جديدة أو أندماج علم الاعلام والاتصال الجماهيرى فى علوم أخرى.

٣ ـ تزايد أهمية أقتصاديات الاعلام والاتصالات والمعلومات فى اطار التكامل والاندماج بين وسائل الاعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ـ وظهور قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى.

ـ وتقدير معاملات صناعة الاتصالات عام ١٩٩٥م بألف مليار دولار أدى لزيادة مكانة ودور قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى فى اقتصاديات الدول الصناعية الكبرى فى أنشطة الشركات متعددة الجنسية.

ـ النمو المتلاحق فى قطاع الاتصالات المعلوماتى الترفيهى سواء على مستوى الاقتصاديات الوطنية أو الاقتصادالعالمى أدى الى حدوث هذه المتغيرات

أ ـ تنميط المنتجات الاعلامية المعلوماتية بهدف توحيد العالم فوق متطليات الاقتصاد وخصوصا أقتصاديات الانتاج الإعلامى والترفيهى الأمريكى والذى يسيطر على السوق العالمى.

ب ـ مراعاة الخصوصيات الثقافية والقومية والعمل من خلالها بمعنى تجنب الاصطدام بها لتحقيق مكاسب اقتصادية فى ظل التنافس الماديين المنتجات الإعلامية الترفيهية وتعدد الخيارات المتاحة للشعوب.

٤ ـ ازدياد حجم دور الشركات متعددة أو متعددة الجنسية بسبب الأرباح المغرية التى يؤمنها قطاع الاتصال المعلوماتى الترفيهى.

ـ وهناك سمات لأليات أو وسائل عمل شركات الاعلام والاتصال والترفيه الكبيرة يمكن تحديدها فى العناصر التالية:

١ ـ سيطرة وهيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الاعلام والاتصال والترفية.

٢ ـ التكامل الرأسى بمعنى الملكية المتعددة لوسائل إعلامية وأنشطة متعددة مثل ( شركات تعمل فى الصحافة ـ الطباعة ـ النشر ـ التوزيع ـ محطات تليفزيون ـ ستديوهات الانتاج ).

٣ ـ علاقة الشركات الاعلامية متعددة الجنسية والوطن الأم علاقة تساند أو تعاون. هذا يصعب نفى علاقات الارتباط والتعاون بين الشركات الاعلامية الكبيرة والدول الأم التى تنتمى اليها سياسيا

٤ ـ العمل عبر وكلاء محليين. وثقافيا.

٥ ـ تراجع دور الدولة فى النظام الأعلامى الدولى ـ وتزايد اعتماد الدولة القومية الحديثة على وسائل الإعلام بغض النظر عن طبيعة النظام السياسى.

وتوجيهاته الاجتماعية والايديولوجية. وتزايد منافذ وسائل الاعلام وأدواته قضى على شرعية فكرة التنظيم العام ذاته.

٦ ـ أدى هذا الى سقوط مبرر أحتكار الدولة لقيادة وتنظيم الاعلامى.

٧ ـ توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور بسبب تكنولوجيا الأتصال.

ـ وهناك تأثيرات لعولمة الأعلام على الأدوار الأعلامية الأتصالية للدولة على الصعيدين المحلى. نذكرها فى :

١ ــ تراجع فى الأدوار والصلاحيات الإعلامية ( الأتصالية ) للدولة مع اتجاه متزايد نحو تخلى الدولة عن ملكية أو دعم وسائل الإعلام والاتصال مع التسارع فى الدعوة الى خصخصة وسائل الأعلام.

٢ ـ ان تراجع دور الدولة لم يرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فقط بل أيضا نتيجة الشك فى المصداقية العالمية لنموذج الدولة وظهور العلاقات عبر القومية وأزمة الألية التى تنظم العلاقات بين الدول.

٣ ـ هذا التراجع لدور الدولة كان لصالح دور مكانة الشركات متعددة الجنسية بغض النظر عن علاقات التعاون أو الصراع التى تربطها بالدول الأم.

٤ ــ إن بيئة النظام الأعلامى ( الاتصالى ) الدولى تتحول من الدول كأطراف فاعلية بشكل رئيسى الى الدول والشركات الإعلامية متعددة الجنسية.

ــ عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامى العربى. تعترضة معوقات نذكرها فى:

١ ــ تقلص دور الدول وتضاءل قدرتها على ممارسة أحتكار حق البث الاذاعى والتلفزيونى.

٢ ـ ازدياد الدور المباشر للشركات متعددة الجنسية.

٣ ـ ضعف القطاع العربى فى الامكانات المادية والبشرية.

٤ ــ ضعف منظمات العمل العربى المشترك لظهور الشركات متعددة الجنسية.

٥ ـ ضعف فاعليات المجتمع المدنى من نقابات وجمعيات أهلية أعلامية لأختلاف فاعليات المجتمع المدنى من بلد عربى ألى أخر بحسب خبرته ودرجة تطوره.

٦ ـ لعدم تبلور فاعليات المجتمع المدنى ونموها وجعلها غير قادرة على مواجهة تحديات العولمة على الصعيد الإعلامى.

٧ ـ ان مسئولية البحث والعمل تقع على الدولة ثم المؤسسات العربية المشتركة والشركات الخاصة ومؤسسات المجتمع المدنى لان يقوم كل طرف منهم بمراجعة دورية وتطوير أدواته ووسائلة حتى تتمشى مع تحديات عولمة الإعلام.

ـ والنظام الإعلامى العربى يمكن تحديد مظاهره فى الأتى:

ـ عدم قبول الباحثين الأعلاميين لمفهوم النظام لتوصيف التفاعلات التى تجرى بين النظم الاعلامية العربية.

ـ ان أوضاع الاتصال والاعلام الدوليين وأوضاعهما على المستوى القومى العربى يشكلان مفهوم النظام بالمعنى القانونى ولو تجاوزوا فثمة اتفاقيات وقواعد قانونية دولية ولكن هذه الأوضاع لا تشكل نظاما دوليا ونحن العرب خارج هذا النظام.

ـ صعوبة القول بوجود نظام إعلامى عربى ـ أو إذا قصد بالنظام الاتصال الاعلامى مجرد توصيف ما هو قائم بالفعل مع اعتباره نظاما معيبا.

ـ النظام الاقليمى العربى هو مفهوم دراسى افتراض ويحدد محمد السيد سعيد معنيين للنظام الأقليمى العربى هما:

**المعنى الأول:** انه اطار تفاعلى مميز بين مجموعة الدولة العربية.

**المعنى الثانى:** ان النظام هو التوجه القصدى لمجموعة من الدول لبناء روابط وثيقة فيما بينها.

**ومفهوم النظام الإعلامى العربى:** يتضح فى " إنه إطار تفاعلى يشمل الهياكل ووسائل الاتصال والعمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى سواء بين الدول أم الشعوب العربية " .

**ـ ويتضمن المفهوم المقترح للإعلام الدلى ثلاثة أبعاد رئيسية هى :**

١ ـ البعد الاتصالى : هو العمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى.

٢ ـ البعد الدولى : وهو أن تجرى العمليات الاتصالية والتفاعلات بين دول وشعوب عربية تربطها علاقات دولية رغم ما بينهما من خصوصيات تاريخية وثقافية وسياسية.

٣ ـ البعد الثقافى : وهو تفاعل النظام الاعلامى العربى مع الثقافة العربية الإسلامة.

**ـ ويمكن تحديد عناصر النظام الإعلامى العربى فى الأتى:**

ـ ان النظام الاعلامى العربى يمثل نظاما إقليميا فرعيا يتفاعل وبقية الأنظمة الإعلامية الاقليمية.مع النظام الإعلامى الدولى.

ـ يتكون النظام الاتصالى الدولى من عناصر " فنية "، إقتصادية وسياسية وتنظيمية وثقافية، عناصر للسيطرة الاجتماعية.

١ ـ الفلسفة الاعلامية ـ وهى مجموعة المبادئ والأسس الفكرية.

٢ ـ السياسات الاعلامية ـ وهى البرامج التطبيقة للفلسفة الاعلامية.

٣ ـ الاطار القانونى ـ وهى التشريعات التى تحكم عمل المؤسسات الأعلامية.

٤ ـ البنية الاتصالية الأساسية : وتشمل مستوى تكنولوجيا الأتصال والكوادر والامكانات المادية والبشرية.

٥ ـ الممارسات العلامية فى الواقع الفعلى.

**ويمكن تلخيص خصائص النظام الإعلامى العربى فى:**

ـ تشابه السياسات الاتصالية ـ مثل توظيف الاعلام سياسيا ودعائيا وترفيها على حساب وظائف الاعلام الأخرى.

ـ ملكية الدولة لوسائل الاعلام ـ جعل الاعلام يتصف بتشابه المضمون وتتمثل فى التركيز على الشئون المحلية وغلبة الطابع الدعائى والاستهلاكى.

ـ وجود تفاوت بين الدول العربية فيما يتعلق بمدى انتشار وسائل الاعلام بين المواطنين " الجماهير الملتقون ".

ـ عدم وجود التوازن فى انتشار تكنولوجيا الاتصال الجماهيرى ـ أدى الى انتشار واستخدام تكنولوجيا الاتصال داخل النظام الاعلامى العربى بالاختلاف والتنوع الشديد مع وجود فجوات بين الدول.

**التبعية:** تبعية مدخلات ومخرجات النظام وعلى مستويات عدة للدول الصناعية المتقدمة والشركات متعددة الجنسية التى تعمل فى مجال الاعلام والتكنولوجيا المستخدمة.

**ـ والاعلام فى الوطن العربى يلقى على القائمون عليه وهم كالأتى :**

١ ـ الدولة : وتشمل جميع المؤسسات والسلطات والرموز الخاصة بالدولة الوطنية.

٢ ـ منظمات العمل الأعلامى العربى: من خلال جامعة الدول العربية وهى منظمة حكومية اقليمية ـ تمارس أنشطة متعددة.

ـ انشأت جامعة الدول العربية عددا من مؤسسات التعاون الإعلامى بين الدول العربية تتمثل فى

ـ الادارة العامة للاعلام ـ أنشطة الاعلام العربى المشترك.

ـ المنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم.

ـ اللجنة الدائمة للأعلام العربى.

ـ مجلس وزراء الإعلام العربى.

ـ المؤسسات العربية للأتصالات الفضائية.

ـ اتحاد وكلات الانباء العربى.

ـ اللجنة المشتركة لاستخدام القمر العربى للإعلام والثقافة والتنمية.

٣ ـ منظمات القطاع الخاص ـ وتشمل جميع المنظمات والشركات التى تعمل فى مجالات الاعلام داخل النظام الاعلامى العربى والتى يمتلكها ويديرها أفراد أو شركات خاصة.

٤ ـ الجمعيات والمنظمات والاتحادات ومراكز البحوث غير الحكومية والتى لا تسعى الى الربح مثل النقابات المهنية الاعلامية.

العولمة والإعلام فى التربية البدنية والرياضة

ـ ان مفهوم عولمة الاعلام فى التربية البدنية والرياضة يستقطب اتجاهين هما.

الاتجاه الأول : يؤيد عولمة الاعلام ويبرز ايجابياتها باعتبارها تدعم التدفق الحر للمعلومات وحق الجماهير فى التعرف على المعلومات ومشاهدة جميع المنافسات الرياضية التى توجد فى جميع دول العالم دون تفرقة أو حجبها عن دول العالم المختلفة.

الاتجاه الثانى: يعارض بشد عولمة الاعلام ويرفض ايجابياتها باعتبارها تنفى تعدد الثقافات الرياضية وتركز على الالعاب المنتشرة فى الدول التى تملك وسائل الاعلام الدولى ـ وتركز أيضا على الفلسفات الرياضية لهذه الدول المالكة وتعتمد على الربح وتقويض سلطات الدول الفقيرة وكل هذه لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية لوسائل الاعلام التى تحتكر البطولات الرياضية العالمية أو الأقليمية أو المحلية.

ـ وعولمة الاعلام فى التربية البدنية والرياضة تضمن المفاهيم التالية:

ـ قدرته على نقل المعلومات والأحداث والبطولات عبر الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات.

ـ باستخدام احدث التكنولوجيا والتكامل والاندماج بين وسائل الاعلام والاتصال والمعلومات.

ـ تحقيق مكاسب للشريكات الاعلام والاتصالات والمعلومات الكبيرة متعددة الجنسية على حساب تقليص سلطة ودور الدولة فى المجالين الاعلامى والثقافى من ناحية والناحية الرياضية خاصة.

ـ وعناصر عولمة الإعلام فى التربية البدنية والرياضة تتضح فى النقاط الأتية

ـ التكامل والاندماج بين وسائل الاعلام الجماهيرى وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات ـ وظهور تكنولوجيا الاتصال متعدد الوساط Multime – dia وظهور مجمع المعلومات information.

ـ إعادة تعريف الإعلام أو الاتصال الجماهيرى وظهور نمط أتصالى جديد يتسع لكل انماط الاتصال وهو الاتصال التفاعلى بين المرسل والمستقبل.

تزايد أهمية أقتصاديات الاعلام الرياضى.

ـ مراعاة الخصوصية الثقافية والقومية فى ممارسة الأنشطة الرياضية السائدة فى مجتمع دون مجتمع أخر.

ـ أزدياد حجم ودور الشركات متعددة الجنسيات التى أحتكرت الاعلام الرياضى " البطولات والدورات الاولمبية العالمية والاقليمية والدولية والمحلية".

ـ وهناك سمات لأليات أو وسائل عمل شركات الاعلام أو الأتصال يمكن تحديدها فى:

ـ سيطرة وهيمنة الشركات الامريكية التى تعمل بقطاع الاعلام على الاعلام الرياضى العالمى.

ـ التكامل الرأسى: بمعنى ظهور الملكية المتعددة لوسائل الاعلام الرياضية والمتعددة مثل ( الصحافة ـ الطباعة ـ النشر ـ التوزيع ـ محطات تليفزيون ستديوهات انتاج ).

- علاقة الشركات الأعلامية متعددة الجنسية العالمية فى مجال الاعلام فى التربية البدنية والرياضة والوطن الأم علاقة تتصف بالتساند والتعاون
- وبالتالى تعبر عن فلسفتها وثقافتها الرياضة.
- تعمل هذه الشركات الاعلامية المتعددة الجنسية بواسطة وعبر وكلاء محليين.
- تراجع دور الدولة فى النظام الاعلامى الدولى فى التربية البدنية والرياضة وتزايد اعتماد الدولة القومية الحديثة على وسائل الاعلام بغض النظر عن طبيعة النظام السياسى وتوجيهاته الاجتماعية والايديولوجية وتزايد منافذ وسائل الاعلام وأدواته قضى على شرعية فكرة التنظيم العام ذاته.
- أدى ذلك الى سقوط مبرر إحتكار الدولة لقيادة وتنظيم النظام الاعلامى
- توسيع الخيارات والبدائل الاعلامية الرياضة المتاحة أمام الجمهور المشاهد بسب تكنولوجيا الاتصال.
- تأثير عولمة الاعلام فى التربية البدنية والرياضية على الأدوار الاعلامية الاتصالية للدولة على الصعيدين المحلى والعالمى نذكرها فى:
- تراجع فى الادوار والصلاحيات الإعلامية ( الاتصالية ) للدولة مع اتجاه متزايد نحو تخلى الدولة عن ملكية أو دعم وسائل الاعلام والاتصال مع التسارع فى الدعوة ألى خصخصة وسائل الاعلام .

ـ ان تراجع دور الدولة لم يرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فقط بل أيضا نتيجة الشك فى المصداقية العالمية لنموذج الدولة وظهور العلاقات عبر القومية وأزمة الألية التى تنظم العلاقات بين الدول.

ـ هذا التراجع لدور الدولة كان لصالح دور ومكانة الشركات متعددة الجنسية بغض النظر عن علاقات التعاون أو الصراع التى تربطها بالدول الأم.

ـ ان بيئة النظام الاعلامى الرياضى ( الاتصالى ) الدولى تتحول من الدول كأطراف فاعلية بشكل رئيسى الى الدول والشريكات الإعلامية متعددة الجنسية.

ـ عولمة الاعلام فى التربية البدنية والرياضة ومستقبل النظام الإعلامى العربى تعترضه معوقات نذكرها :

ـ تقلص دور الدول وتضاءل قدرتها على ممارسة احتكار حق البث الاذاعى والتلفزيون للبطولات والدورات الاولمبية والعالمية والاقليمية والدولية والمحلية.

ـ ضعف القطاع العربى الاعلامى الرياضى فى الامكانيات المادية والبشرية.

ـ ضعف منظمات العمل العربى المشترك لظهور الشركات المتعددة الجنسية فى مجال الاعلام فى التربية البدنية والرياضة.

ـ ضعف فاعليات المجتمع المدنى من نقابات وجمعيات أهلية أعلامية لاختلاف فاعليات المجتمع المدنى من بلد الى أخر بحسب خبرته ودرجة تطوره.

ـ لعدم فاعليات المجتمع المدنى العربى جعلها غير قادرة على مواجهة وتحديات العولمة على الصعيد الاعلام الرياضى الدولى.

ـ ان مسئولية البحث والعمل تقع على الدولة ثم المؤسسات العربية المشتركة والشركات الخاصة ومؤسسات المجتمع المدنى.

ـ لان يقوم كل طرف منهم بمراجعة دوره وتطوير أدواته ووسائلة حتى تتمشى مع تحديات عولمة الاعلام الرياضى.

ـ وللأعلام العربى الرياضى يمكن تحديد مظاهره فى الأتى:

ـ عدم قبول الباحثين الاعلاميين لمفهوم النظام لتوصيف التفاعلات التى تجرى بين النظم الاعلامية العربية المختلفة.

ـ ان أوضاع الاتصال والاعلام الدوليين وأوضاعهما على المستوى القومى العربى يشكلان مفهوم النظام بالمعنى القانون ولو تجاوزا فثمة اتفاقيات وقواعد قانونية دولية ـ ولكن هذه الاوضاع لا تشكل نظاما دوليا ونحن العرب خارج هذا النظام.

ـ صعوبة القول بوجود نظام اعلامى عربى فى التربية البدنية والرياضة النظام الاقليمى العربى فى التربية البدنية الرياضة ـ يظهر فى نشاط جامعة الدول العربية ـ باقامة الدورات والبطولات العربية فى كافة الأنشطة الرياضية المختلفة.

ـ ومفهوم النظام الاعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة ـ يتضح فى " إنه إطار تفاعلى يشمل الهياكل ووسائل الأتصال والعمليات الاتصالية التى تتم عبر وسائل الأتصال الجماهيرى سواء بين الدول أم الشعوب العربية فى مجال الأنشطة الرياضية المختلفة ".

**ـ ويتضمن هذا المفهوم المقترح للاعلام الرياضى الدولى ثلاثة ابعاد رئيسية هى:**

١ ـ البعد الاتصالى: وهو العمليات والانشطة والبرامج الرياضية الاتصالية التى تتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى.

٢ ــ البعد الدولى: وهو أن تجرى هذه العمليات والأنشطة والبرامج الرياضية الاتصالية بين دول وشعوب عربية تربطها علاقات دولية رغم ما بينها من خصوصيات تاريخية وثقافية وسياسية.

٣ ـ البعد الثقافى: وهو تفاعل النظام الاعلامى الرياضى وفلسفة العربية مع الثقافة العربية الاسلامية ـ أى تكون الأنشطة الرياضية وفقا للقيم والتعاليم التى جاء بها الإسلام كدين عالمى لكل الانسانية ولجميع دول العالم كافة.

ـ عناصر النظام الاعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة:

ـ يمكن تحديد عناصر هذا النظام الاعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة فى العناصر التالية:

ـ يمثل نظاما إقليميا فرعيا مع النظام الاعلامى الدولى الرياضى.

ـ يتكون النظام الاتصالى الدولى من عناصر ( فنية ـ إقتصادية وسياسية وتنظيمية وثقافية ) عناصر للسيطرة الاجتماعية يتأثر بها النظام الاعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة.

ــ ويمكن تحديد هذا النظام الاعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة من خلال

١ ـ الفلسفة الاعلامية والرياضية.

٢ ـ السياسات الاعلامية الرياضية.

٣ ـ الاطار القانونى لتنظيم الأنشطة والعلاقات الرياضية.

٤ ــ البنية الأتصالية الأساسية وتشمل مستوى تكنولوجيا الاتصال والامكانات المادية والبشرية اللازمة.

٥ ـ الممارسات والأنشطة الأعلامية للواقع الرياضى العربى.

ـ خصائص النظام الأعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة.

ـ يمكن تلخيص خصائص النظام الاعلامى العربى فى التربية البدنية والرياضة فى الأتى:

ـ تشابه السياسات الاتصالية فى مجال التربية البدنية والرياضة.

ـ ملكية الدولة لوسائل الاعلام.

ــ وجود تفاوت بين الدول العربية بمدى انتشار وسائل الاعلام بين المواطنين.

ـ عدم وجود التوازن فى أنتشار تكنولوجيا الأتصال الجماهيرى ـ أدى الى الأختلاف ـ والتنوع الشديد فى أستخدام هذه التكنولوجيا مع وجود فجوات بين الدول.

ـ التبعية ـ تبعية مدخلات ومخرجات النظام وعلى مستويات عدة للدول الصناعية المتقدمة والشركات متعددة الجنسية التى تعمل فى مجال الاعلام والتكنولوجيا الرياضية المستخدمة.

ـ القائمون بالاعلام العربى فى التربية البدنية والرياضة : يتركز فى:

ـ المؤسسات الرياضية التابعة للدولة ( المجلس الاعلى للشباب والرياضة ووزارة الشباب حاليا ـ اللجنة الأولمبية المصرية ـ الاتحادات الرياضية للألعاب المختلفة ـ الأندية ومراكز الشباب.

ـ منظمات العمل الاعلامى العربى ـ التى تهتم بمجالات ومظاهر التربية الرياضة.

ـ جامعة الدول العربية ـ الاهتمام بالتربية الرياضية ـ الدورات العربية للألعاب الرياضية ـ الاتحاد العربى للألعاب الرياضية.

ـ منظمات القطاع الخاص ـ التى تهتم بالتربية الرياضية ـ الشركات والعمال مثل الاتحاد الرياضى للشركات.

# التنظيم الاعلامى الدولى للعلاقات الرياضية
# وعولمة العلاقات الرياضية أعلاميا

## "التنظيم الاعلامى الدولى للعلاقات الرياضية"[1]

- هناك عدة تعريفات للاعلام ( ١٤ : ١٩٦٩ ) وبوجه عام يمكن القول بأنه محاولة التأثير على الأخرين للتصرف بشكل معين ما كانوا يتصرفونه فى غيابها. أى أنه الاتصال بغرض الاقناع من خلال وسائل الاعلام وذلك لتغير الأراء تجاه مسائل معينة (٢١ : ١٩٧١ ) عبر الحدود الدولية حيث تقوم المؤسسات أو أفراد من دولة معينة بنقل الدعاية لمواطنى دولة أخرى بغض النظر عن جنسية الأشخاص الذين يتولون العملية الدعائية ( ٣١ : ١٩٧٠ ). والدعاية الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخاصة للدولة ( ٣٣ : ١٩٧٠ ).
- والاعلام الدولى يعمل على تحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول مع غيره من الوسائل وتتمثل هذ الأهداف فى تحقيق المصلحة الوطنية National In – terest للدولة فى المقام الأول ويساهم فى تقوية الدور الذى يقوم به الاتصال الدولى رغم اختلاف النظم السياسية ودرجة النمو الأقتصادى. كما أن أحتكار الاتصال الجماهيرى الدولى مشكلة تقايل الدول ذات الامكانات المحدودة فى وقت دخل فيه العالم عصر العالمية وقد أحدث اختراع الوسائل الفنية الخاصة بارسال الرموز تغييرات جذرية فى الاتصال مما أحدث تغيرات كبيرة فى الثقافة

---

(1) لمزيد المعلومات أرجع لهذا البحث للمؤلف : من ضمن الابحاث الخاصة بالانتاج العلمى سنه ١٩٩١م

الانسانية بصفة عامة، فالاتصال الجماهيرى أحد العمليات الاجتماعية وهو جزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعى ( ٣٦ : ١٩٦٩ )

- وأعتمد التفاهم الدولى على تصور كل دولة للأخرى. ومن ثم التحول الثقافى من النظام التقليدى المغلق الى النظام الجماعى المفتوح، ويرجع بصفة أساسية الى الكفاءة المتزايدة لأجهزة الأعلام ومساهمتها فى التغير الثقافى والاجتماعى ( ٣٦ : ١٩٦٩ ).
- ويعانى الاعلام الدولى للدول النامية من انخفاض درجة فاعليته بسبب انخفاض درجة كفاءة المؤسسات الاعلامية وعدم تزويدها بالأشخاص الاكفاء وانتشار المعوقات الادارية واعتبار المبررات الاخرى سببا جوهريا يتحكم فى عمل هذه المؤسسات مع عدم المقدرة على ادراك طبيعة الوظيفة الاعلامية الدولية وحدودها ومداها ومعالجة جوانب الضعف فيها كما تعانى هذه الأجهزة من أنخفاض امكاناتها العالية ( ١١ : ١٩٧٥ ).
- والإعلام الداخلى والاعلام الدولى كقوة معنوية وكعنصر هام فى ادارة الصراع مثل القوة العسكرية والأقتصادية واللجوء الى الدبلوماسية، لهذا يلقى العبء على الأعلام الدولى " النقل على المستوى العالمى " عناصر القوى التى يتمتع بها طرف الصراع ويصيغها فى منطق إعلامى ملائم أعلى. على أن يؤخذ فى الأعتبار خصائص المستقبل الأجنبى للرسالة الاعلامية ( ١٢ : ١٩٧٥ ).

والاعلام الدولى يعد وظيفة من وظائف المنتظمات الدولية وتختلف هذه الوظيفة باختلاف طبيعة المنتظمات وأنشتطها ووظائفها وتاريخها. كما أن المداولات فى المنتظمات على المستويات المختلفة ومناقشاتها ومنشوراتها واتصالاتها تعد أعلاما دوليا بشكل أو بأخر.

ـ وعلى سبيل المثال فان الإمم المتحدة ( ١٦ : ١٩٦٨ ) اهتمت بمشاكل الاتصال الدولى وتنمية الانتشار الحر للأعلام وتحقيق التعاون السلمى بين الأمم، وقامت الأمم المتحدة بعدد من المبادرات فى هذا المجال فعقدت عدة مؤتمرات واصدرت العديد من الدراسات والتقارير ونشرت العديد من الوثائق الدولية ووجهت الأمم المتحدة جهودا خاصة وذلك لتقديم المساعدات للدول النامية فى اطار مساعدتها على انتشار وسائل الاعلام الخاصة بها، وفى اطار تسهيل الاتصال الدولى فان من مهام منتظم الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة تنمية الأشكال المختلفة للتعاون الدولى الذى يمثل مساهمة فى مجال التعاون السلمى بين الأمم.

وفى ٧ ديسمبر ١٩٦٥ وافقت الأمم المتحدة على الأعلان الخاص بشر المثل بين الشباب والاحترام المتبادل والتفاهم، ويدخل فى اطار السعى لتحقيق التعاون الدولى بين الشباب ( ١٦ : ١٩٦٨ ).

ـ والاعلام الدولى كوظيفة من الوظائف المتعددة للمنتظمات الدولية، يخضع للحدود التى تواجه المنتظمات الدولية وبالتالى تخضع لطريقة تشكيلها والضغوط الظاهرة والمستترة والنظم التى تحكم اصدار القرارات ( ١٦ : ١٩٦٨ ).

- والاعلام الدولى له أهمية بالغة فى اطار التفاهم الدولى ويتحدد الاطار المثالى للتفاهم الدولى من خلال الاعلام الدولى بالسعى نحو الموضوعية المجردة والدقة فى ابراز الوقائع Factual Accuracy والارتباط بالصدق ووضع الجوانب المختلفة للموضوع والابتعاد عن التشويه Distoration والسعى نحو الحقيقة ( ١٩ : ١٩٦٨ ).
- والاطار الواقعى للاعلام الدولى فى اطار التفاهم الدولى احيانا يكون معوقا له اذ لا يلتزم بالموضوعية ويشوه الحقائق ويبرز وجهه نظر دون أخرى وتفسر ذلك بأن الاعلام الدولى يعتبر وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول. وبالتالى فهو يسعى لخدمة هذه السياسة بالتفاعل مع الوسائل الأخرى ( ١٩ : ١٩٦٨ ).
- ولهذا فأن هناك عدة مشاكل تواجه الاعلام الدولى وهى ذات جوانب سياسية واقتصادية وبيئة الاتصال والاحتكار والتركيز فى الاتصال الدولى ( ٣٢ : ١٩٦٨ ) ففى السياسات يتزايد بالتدريج الدور العالمى لوسائل الأعلام الدولية رغم تباين النظم السياسية وهذا بسبب تواجد عدة حواجز فى مجال الاتصال الدولى بسبب التكتلات الدولية أو الأختلافات السياسية أو الأيديولوجية ( ٣٣ : ١٩٦٨ ).
- وفى الناحية الأقتصادية يخضع الاعلام لسيطرة رؤوس الاموال لاسيما بعد التطور فى وسائل الاعلام. وقد أدى التطور الأقتصادى وما أرتبط به من تقدم تكنولوجى إلى التطور فى وسائل الاتصال العالمية، الأمر الذى جعل الحصول عليها أو أستيرادها أو تصنيعها يحتاج الى أموال طائلة وخبرات وتكنولوجيا متطورة، وهكذا انعكست درجة التقدم

الإقتصادى على الاتصال الدولى، حيث سيطرت الدول الأكثر تقدما على وسائل الاتصال الدولى وبالتالى تحكمت فى المصادر الأساسية للأنباء فى العالم أما الدول المتخلفة لا تستطيع أن تمتلك وسائل الاتصال المتقدمة ـ ولذلك وجدت تبعية هذه الدول للدول المتقدمة (٢٦ : ١٩٦٨).

ـ والاعلام الدولى لكى يؤدى دورة الايجابى يجب مراعاة الظروف البيئية واختلافها من دولة الى دولة واختلافها من منطقة الى أخرى داخل الدولة.

ـ وبالنسبة للاحتكار الاعلامى يرتبط الاتصال الدولى بالمشاكل السياسية والأقتصادية وبالتالى يترتب على ذلك احتكار قلة قليلة فى العالم لمصادر الأنباء العالمية من خلال وكالات الأنباء فى العالم والاذعات الدولية والصحف وللمجالات الدولية والتحكم فى الأقمار الصناعية وأدوات الاعلام اللازمة ( ٣٠ : ١٩٦٨ ).

ـ ولهذا تعددت وسائل الاتصال الدولى وأشتملت على وكالات الأنباء الدولية والصحف والمجلات الدولية والاذاعات الدولية والاتحادات الاعلامية والاقليمية والوظيفية والدبلوماسية والملحقين الاعلاميين والوظيفة الدولية الاعلامية لليونسكو، والعلاقات العامة الدولية والاعلان الدولى UNESCO Worled 1970 A Guide to Satellite والاعلام من خلال الأقمار الصناعية. ولاستغلال الاعلام الدولى يتحتم دراسة كل الجوانب التى تؤثر فيه ومحاولة التغلب على المعوقات التى تعوقة فى تأدية دورة فى نشر الأهداف المراد تحقيقها عبر حدود الدول ولذا يأتى دور التخطيط الأعلامى من الجوانب الأساسية للإعلام الدولى ويتم بمقتضاه حصر الامكانات وتصنيفها وتحديد

الأهداف والوسائل الازمة لتحقيقها فى فترة زمنية محددة ويؤخذ فى الأعتبار التكلفة الاقتصادية ( ١٣ : ١٩٦٢ ).

- ومن نتائج بحث العلاقات الرياضية الدولية فى النظام الدبلوماسى محاولة لايجاد نظام الملحقين الرياضيين ( ٢ : ١٩٨٣ ) وجد أن أغفال العلاقات الرياضية الدولية فى النظام الدبلوماسى كان واضحا فى هذا النظام، ولا يوجد ملحقين للعلاقات الرياضية الدولية ( مثل التجارة والاعلام والثقافة والعسكرية ،والطبية ،والعمالية والسياحية، ضرورة البعثات الخاصة ( الدبلوماسية المعاصرة ) وهذه الضرورة جاءت للأسباب الأتية:

- سهولة المواصلات وسرعتها ،تقدم وزيادة وسائل الاتصال الدولى - زيادة نطاق النشاط الدولى والحاجة الى تنظيم أمور تتطلب خبرة فنية مثل العلاقات الرياضية ،اضطراد العمل على ابتعاث البعثات المؤقتة سواء أكانت على مستوى الوزراء أم دون ذلك تبادل العلاقات بين الدول العربية ومصر بالرغم من قطع الدبلوماسية والوصول من خلال دراسة الدكتوراه الى أن العلاقات الرياضية تدخل ضمن دراسات التنظيم الدولى المعاصر ووضع منتظم دولى أولمبى مقترح جعل من الضرورة تنظيم تلك العلاقات الرياضية التى تتطلب خبرة معينة.

- وأن الملحق الرياضى يمكنه القيام بالواجبات التالية:

- العمل على توطيد العلاقات والتعاون والتفاهم الدولى من خلال الرياضة فى صورة الاعداد للقاءات الرياضية الأتية:

ـ على المستوى العالمى ـ كما يحدث فى الدورات الأولمبية كل أربع سنوات

ـ على المستوى الأقليمى ـ = = = = الأقليمية مثل دورة البحر المتوسط.

ـ على المستوى القارى ـ = = = = القارية مثل الدورات الأفريقية فى الألعاب المختلفة.

ـ على مستوى اللقاءات الودية مع الفرق الأجنبية من كل دول العالم.

ـ يعمل على اعداد المهرجانات الرياضية المتبادلة بين دول العالم المختلفة

ـ اعداد الدورات التدريبية للمدربين فى الألعاب المختلفة فى بعض دول العالم المتقدمة رياضيا.

ـ اسهام الملحق الرياضى فى اعداد البعثات الرياضية العلمية للحصول على درجات ( ماجستير ـ دكتوراه ) من الدول المتواجد بها الملحق الرياضى.

ـ ومن نتائج بحث السياسة والرياضة ( ٤ : ١٩٨٤ ) وجد أن الرياضة والسياسة فى الحقيقة وفى كثير من الأحوال مرتبطان بحيث كل منهما يكون له تأثيرا على الأخر، ان معظم اللجان الأولمبية الوطنية والمؤسسات الرياضية الأخرى لا تستطيع أن تتخلص من النفوذ الحكومى بسبب ما تتلقاه من دعم وهذا يظهر فى الدول النامية أكثر من الدول المتقدمة، العلاقات الرياضية الدولية ذات سمة سياسية دولية تتم هذه العلاقة نتيجة للمدركات الرياضية المختلفة السائدة فى كل

من بلاد العالم وتكون تعبيرا عن السياسة الداخلية والسياسة الخارجية متمشية معها فتأخذ الصفة الحكومية بالرغم من أنكار هذا النظام الأولمبى مع العلم بأن هذا التدخل الحكومى هو السائد الأن. ومن نتائج بحث ( التنظيم الدولى للسلوك الرياضى ) ( ٣ : ١٩٨٣ ) وجد أنه يجب وضع دراسة الأيديولوجيات الأجتماعية المختلفة للبلاد قبل وضع نظام رياضى دولى ــ اعتبار العلاقات الرياضة الدولية قناة من قنوات الدبلوماسية الدولية المختلفة ــ عدم تجاهل دور الحكومات ونفوذها السياسى فى العلاقات الرياضية الدولية جزءا من التنظيم الدولى المعاصر.

وبالتالى يمكن أن يرتبط بالأمم المتحدة أو أحد وكالاتها المتخصصة أو يكون هو ذاته وكالة من وكالاتها المتخصصة وهذا يتم فى صورة المنتظم الدولى الأولمبى الحكومى المقترح فى الدراسة ــ حتى يمكن تنظيم العلاقات الرياضية الدولية الذى يحقق حقيقتين هامتين:

**استقلال الرياضة:**

**تحديد دور الحكومة حتى لا تقف موقف المتفرج.**

ــ ومن الدراسات السابقة ونتائج الابحاث وجد أن العلاقات الرياضية الدولية تحقق أهداف متشابهة مع أهداف الاعلام الدولى من الجوانب السياسية والأجتماعية والثقافية ولهذا دفعنى لتناول دراسة الاعلام الرياضى الدولى وما يستطيع أن يؤدية على مستوى دول العالم المختلفة

فى حالتى السلم والحرب ولهذا نحاول من أجل الوصول الى شكل موضوعى من خلاله نستطيع وضع اطار عام " للتنظيم الاعلامى الدولى للعلاقات الرياضية " موضوع هذه الدراسة .

- من نتائج هذه الدراسة اتفقت أراء العينة على الاعلام الرياضى الدولى يحقق أهداف ويقوم بوظائف عامة وللدول النامية خاصة ـ وأتضح بالأتى:

ـ ويعتبر الاعلام الرياضى الدولى وسيلة من وسائل السياسة الخارجية ويدعم الاتصال الدولى من خلال المنافسات الدولية ويساهم فى التغير الثقافى والاجتماعى الدولى ومن خلال المنتظمات الدولية الرياضية غير الحكومية يساعد فى تحقيق السلام العالمى والتفاهيم الدولى وذلك عن طريق المحاضرات والمؤتمرات والمنشورات واراديو والتليفزيون ووسائل الاتصال الأخرى.

- والاعلام الرياضى الدولى فى الدول النامية يعانى من انخفاض فى درجة فاعليته بسبب المعوقات المالية والادارية ،وعدم استعانته بالكفاءات الاعلامية من المتخصصين فى الاعلام الدولى والعلوم السياسية والعلاقات الدولية ـ وعدم قدرته حتى الأن ان يضع لنفسه منطقا اعلاميا يراعى ظروف هذه الدول وقضاياها السياسية والاقتصادية ،ولم يراعى التفرقة بين الوظيفة الاعلامية بين التخطيط السياسى والتخطيط الدعائى على المستوى الدولى - ندرة توافر الكوادر الاعلامية الصالحة لممارسة الاعلام الدولى الرياضى، الربط بين عملية التخطيط والتنفيذ

والمتابعة والاهتمام بدراسة الانعكاس الاعلامى ووجود تعاون بين المؤسسات العلمية الاعلامية ان وجدت الاجهزة الاعلامية.

- وفى تقديرى أن الاعلام الرياضى الدولى من خلال العلاقات الرياضية يؤدى دورا ايجابيا فى تدعيم السياسة الخارجية والسلام والتفاهم الدولى، وهذا ظهر جليا فى الأحداث التى مرت عبر العلاقات الرياضية الدولية فى فترات زمنية مختلفة ( ٣ : ١٩٨٣ ) مثل:

- عدم تأييد اللجنة الأولمبية اتحاد الألعاب الأسيوية بسبب طرده لتايوان وذلك فى دورة ١٩٧٤م يطهران فى دورة الألعاب الأسيوية. ونتيجة لذلك الطرد اشتركت الصين فى الاتحاد الاسيوى للألعاب. واستمرت الصين بعيدة عن عضوية اللجنة الأولمبية بسبب عضوية تايوان التى تعتبرها جزاء من جمهورية الصين الشعبية.

- وفى دورة برلين ١٩٣٦ م أتضح من علماء التاريخ أنهم اجمعوا على أن السياسة الخارجية كانت هى الدافع الأول لطلب المانيا تنظيم الدورة الأولمبية بأى ثمن.

- فى دورة ملبورن باستراليا عام ١٩٦٥م رفضت مصر وعدة دول أخرى الأشتراك فى هذه الدورة بسب الأعتداء الثلاثى على مصر الذى كان سببه تأميم قناة السويس.

- وفى عام ١٩٥٩م قررت اللجنة الأولمبية الدولية بتمثيل تايوان بدلا من جمهورية الصين الشعبية وذلك بتعضيد الولايات المتحدة خوفا من التهديد الشيوعى.

- وفى دورة طوكيو ١٩٦٤م منعت جنوب أفريقيا الأشتراك بسبب التفرقة العنصرية.
- وفى دورة المكسيك عام ١٩٦٨م احتجت ٣٣ دولة افريقية على اشتراك جنوب افريقيا وقاطع الرياضيون السود الأمريكان هذه الدورة تضامنا مع أخوانهم فى جنوب افريقيا ولما يعانوه من التفرقة العنصرية.
- وفى دورة ميونيخ عام ١٩٧٢م قتل احدى عشر لاعبا من البعثة الاسرائيلية بواسطة المقاومة الفلسطينية بسبب مشكلة فلسطين.
- وفى دورة مونتريال ١٩٧٦ انسحبت ثلاثون دولة افريقية من الدورة ومنهم مصر بسبب تعامل نيوزيندا مع جنوب افريقيا فى المنافسات الرياضية من خلال مباراة كرة الرجبى.
- وفى دورة موسكو عام ١٩٨٠ اشتركت ٨١ دولة منها ١٨ دولة لم ترفع علم بلادها بل رفعت العلم الأولمبى وتخلفت سبعون دولة وكانت المرة الأولى فى تاريخ الدورات الأولمبية التى يعهد فيها لمدينة من المعسكر الشرقى بشرف تنظيم دورة أولمبية. وذلك كان بسبب الغزو السوفيتى الأولمبية ١٩٨٠م.
- والعلاقة بين الرياضة والسياسة متداخلة تداخلا كليا. أى أن كل معسكر حاول ويحاول أن يثبت للأخر أن رياضييه أحسن اعداد من الأخر ولو لم تكن هناك حرب ساخنة. فأستغلت بعض الدول الدول الرياضية فى خدمة الأنظمة المختلفة. وتعتبر اداة لغرس الفلسفات السياسية فى عقول الشباب وأداة من ادوات الحرب الباردة بين المعسكرين ــ واستغلال الرياضيين كسفراء لبلادهم والدعاية

الرياضية أصبحت سلاحا يستخدم للدعاية عن البلد وخصوصا فى الحرب النفسية التى تثار فى العصر الحالى ونجد أن هذا ظاهرا فى البلاد الشيوعية وفى بعض البلدان مثل فنلندا والسويد وهولندا.

- والرياضيون يمكن استخدامهم كسفراء سياسين لبلدانهم لأن الرياضة الدولية لها لغة يمكن أن يفهمها جميع الشعوب. فمثلا الاتحاد السوفيتى يعتمد اعتمادا كليا على ابطالة الرياضيين كسفراء يمثلون بلادهم فى ميدان الصداقة والسلم وينتظرون من ابطالهم ان يكونوا قدوة حسنة ومثالا للمواطنين السوفيتى فى الخارج.
- ونجد وزارة الخارجية الأمريكية تخصص اعتمادات لتغطية نفقات هذه الفرق كذلك عندما قام الفريق الامريكى لكرة تنس الطاولة بزيارة الصين ١٩٧١م وكانت أول زيارة من أمريكا الى الصين وكانت بمثابة الطريق المؤدى الى فتح علاقات بين الصين وأمريكا وأيضا سهلت زيارة الرئيس الأمريكى نيكسون الى الصين " دبلوماسية تنس الطاولة".
- وبمساعدة وسائل الاعلام كثيرا من الرياضيين كسبوا شهرة دولية وبناء على ذلك استفادت دولهم من هذه الشهرة الدولية.

**ومثـــــال:**

- لتدخل الحكومة الوطنية فى الرياضة(*) نجد أن تنظيم وادارة البرامج الرياضية سوف يحتم على الحكومات انه تتدخل تدخلا سياسيا سواء

---

(*) Joei Thirer : ' politics and prostest at the Olympic=

Games " Sport and International Relations, I1 1nils=
Stipes publishing Company

كان هذا التدخل مباشرا أو غير مباشر والبرامج الرياضية أما أن تقع تحت المسئولية الحكومية أو تديرها بعض الهيئات التى لا سلطة للحكومة عليها.

ـ ولذا ترتبط العلاقات الرياضية بالناحية الاقتصادية مثل السياسة الخارجية للدول ـ وهذا يتضح من ازدياد تكاليف الدورات لا تقدر على هذه التكاليف الا الدول المتقدمة بعكس دول العالم الثالث الفقيرة اقتصاديا لا تستطيع تحمل هذا العبء.

ـ وأذكر مثالا لما حدث فى دورة اقليمية عندما نظمت حركات المعارضة احتجاجا على استضافة نيودلهى دورة الألعاب الأسيوية التابعة التى اقيمت بالهند فى شهر نوفمبر ١٩٨٢ اتهمت المعارضة الحكومية بالتبذير وإن تظهر بصورة متطورة قام بعض الطلبة بتنظيم المظاهرات فى وقت متزامن من الدورة الأولمبية لمجابهة وتحدى الادعاء لوجود الاستقرار ( ٣ : ١٩٨٣ ).

ـ وفى رأيى أن معظم اللجان الأولمبية الوطنية والمؤسسات الرياضيةالأخرى لا تستطيع أن تحرر من قيدها الحكومى بسبب ماتتلقاه من دعم وهذا يظهر جليا فى الدول النامية ( دول العالم الثالث ) والدول المتقدمة أيضا.

ـ والعلاقات الرياضية الدولية لها جانبين هامين ـ جانب لتدعيم العلاقات الدولية والمساعدة على تخفيف الصراع بين الدول وجانب أخر هو أعتبارها اداة من ادوات تدعيم اتجاهات سياسية معينة.

ـ وهناك نماذج من العلاقات ساهمت فى حل الصراع الدولى منها عندما كانت العلاقات بين الاتحاد السوفيتى وجمهورية المانيا الاتحادية متوترة

فان مباراة كرة القدم القومية فى " أوجزبرج " ساعدت فى تخفيف التوترات ودعت الاتحاد السوفيتى عن طريق فريقة بتحسين العلاقات بين الدولتين ونموذج أخر عندما بدأت العلاقات غير الرسمية بين الولايات المتحدة والصين عن طريق تنظيم مبارة للعبة " تنس الطاولة " وسميت هذه الحالة الدبلوماسية " تنس الطاولة " (*)

- ومثال أخر فى يوم ٢١ / ٢ / ١٩٨٧م وصل نيودلهى الرئيس الباكستانى ضياء الحق لاجراء مباحثات مع راجيف غاندى رئيس الوزراء الهندى زيارة غير رسمية وتمت بدعوة لمشاهدة مباراة رياضية فى الكركيت وهذا أدى الى تحسن فى العلاقات بين الهند وباكستان اللتين كانتا قد أستعدتا لخوض حرب جديدة رابعة فى يناير ١٩٨٧م ( دبلوماسية الكركيت ) (*) .

ـ والجانب الأخر للعلاقات الرياضية الدولية المتناقض مع الاول ـ نعطى مثالا له يوضح الصراع الدولى بسبب المنافسات الرياضية وهذا حدث فى ١٩٦٩م ـ قيام الحرب بسبب كرة القدم بين سلفادور وهندوراس بسبب المباراة النهائية وكانت سببا للخروج من البطولة كأس العالم التى

---

(*) Davld B . Ranin : Th Olympic System : transnational Sport Organization and polltics of Cultral Exchange , Sport and international Rolations , 1111 nols , stlpes publishing Company , 1978 .

(*) أنظر ـ حسن الشافعى ـ التنظيم الدولى للعلاقات الرياضية ـ منشأة المعارف ١٩٨٩ الاسكندرية.

فـازت بهـا سـلفادور علـى أرض محايـدة فـى مكسـيكو ب ٣ ــ ٢ (٥: ١٩٨٦).

ـ واذا كان الاحتكاك الدولى بعد الحرب العالمية الثانية هو الذى جعل الرياضة ميدانا لمنافسات الدولية. وورطت الرياضة الى درجة أصبحت معها سلاحاً هاماً فى المنافسات بين نظامين عالمين متضاديين إلى حديثه الى حد مثير أى الرأسمالية والأشتراكية السوفيتية.

ـ وبعد غياب من المسابقات الأولمبية طوال أربعين سنة ظهرت الاتحاد السوفيتى االمرة الأولى فى الدورة الأولمبية الخامسة عشر التى اقيمت فى هلنسكى ١٩٥٢ وتعدد نجاح السوفيت فى سجل الدورات الأولمبية.

ـ ان مشاركة الاتحاد السوفيتى فى المسابقات الرياضية على المستوى الدولى تهدف الى ظاهر تفوق نطاقة السياسى والاقتصادى فحسب. وأن المبدأ السائد فى العلاقات الرياضية الدولية بين الدول الأشتراكية يتضمن تنمية العلاقات بين الأشقاء الشيوعيين والأحزاب العمالية التى تهيمن على شئون الثقافة البدنية والرياضة وتصوغ مهام السياسة الخارجية للمنظمات الرياضية القومية.

**ـ وفى رأيى أن دور الرياضة سياسيا يمكن تلخيصه فى النقاط الأتية.**

ـ ان الرياضة كانت اداة معاونة أو مساعدة للمحاولات التى بذلتها الثقافات الاستعمارية من أجل خلق أسلوب مختلف للحياة، وذاتية، ثقافية مختلفة عن ذاتية الثقافة الأم.

- ان النظم السياسية والأقتصادية المختلفة أو النظم الاجتماعية الجديدة قد استخدمت النجاح الرياضى على المستوى الدولى داخليا وخارجيا فى تأييد قيمة النظام وشرعيته.
- ان التقصى تجاه النجاح الرياضى الدولى قد يكون ميثاقا بالنسبة لعدم اطمئنان بلد ما الى ذاتيته. وأن مؤشر بلد ما بالنسبة لنضجة المتنامى ( أو أضحلال عدم الأطمئنان )قد يقوم على أكتساب الذاتية من مصادر متعددة بالأضافة الى الرياضة.
- وهناك قنوات اتصال بين فن الحرب وبين المنافسات الرياضية ،تتضح فى أن الرياضة الدولية يمكن أن تكون بديلا للحرب الدولية. ولابد من القول بأن ما يثير الألم تشكيل واضح هو أن الأمم كلما أصبحت أكثر رخاء وتعليما ووصلت الى تكنولوجيا معقدة وزادت مواردها من الناحيتين الطبيعية والبشرية زاد استخدام هذه الأمم لما كسبته من خبرة استعداد لاحتمالية الحرب الدولية وللنجاح فى الرياضة على المستوى الدولى. ولعل المساؤئ والحماسة الزائدة والتصميم على احراز الفوز مهما كان الثمن فى غالب الأحوال التى أصبحت سمة مميزة للرياضة الدولية الحديثة قد تكون هينة التكاليف اذا ما نظرنا الى أهوال الغناء والوحشة والتدهور ولا انسانية الطريق البديلة أى الحرب فنضع حدا للصراعات الدولية. ومن المحتمل أن يعتمد المستقبل السلمى للجنس البشرى على قدرتنا فى ادارة الرياضة الدولية بطريقة ذات معنى.
- وتوحيد ملامح اساسية لايديولوجية بعض الدول المتقدمة والنامية تجاه الرياضة والعلاقات الرياضية الدولية.

ـ ففى أمريكا نجد أتجاهها العلمى يلاحظ فى ميدان المباريات، فغالبية الفرق الرياضية الامريكية ـ كرة القدم ( الرجبى ) السلة، مشروعات تجارية تحقق ارباحا طائلة تخصص لدفع مرتبات ضخمة للاعبين والمدربين، وتقوم الصحافة والتليفزيون بحملة اعلامية واسعة للدعاية للفرق الرياضية للمحترفين والقليل من الدعاية لفرق الهواة.

ـ وتعكس الألعاب الرياضية فى الولايات المتحدة الامريكية سلوكيات معينة للامريكيين بصفة عامة: الرغبة الشديدة فى أن يكون الاوائل وأن يكون لهم الأفضلية فى النادى الذى ينتمون اليه أو الجامعة أو الأقليم أو فى العالم. ويتطلع كل أمريكى فى أن يكون هو الفائز وهذه الرغبة تعكس تأييدا تاما فى المباريات الرياضية فضلا عن الاتجاه الى التوسع فى الدور التعليمى للتربية البدنية، وهو أسلوب الحياة فى امريكا والنظام بأكملة يقوم على المنافسة، فالمنافسة هى السبيل الى اللياقة البدنية.

ـ والرياضة فى الدول الاشتراكية ( ٦ : ١٩٨٩ ) وكذلك كوبا فى أن تربط بين الألعاب الرياضية تعد من الحقوق المدنية التى يكفلها القانون، وفى الواقع أن هذه الدول تعلق أهمية كبيرة على ما يحقق ابطالها من تفوق فى المجال الدولى لتأكيد أهمية أنظمتها السياسية فتقوم بتدريب الفرق لعدد طويلة لكى يفوزوا بميداليات أولمبية.

ـ ومن الواضح أن الألعاب الرياضية على المستوى الأقليمى قد أكدت دورها العام كنشاط له مزاياه الأجتماعية الهامة فى تحقيق مكاسب

صحية وثقافية للاعداد الهائلة من ممارسى الألعاب الرياضية وعلى رأسها حركة الألعاب الرياضية للجميع.

- فالألعاب الرياضية للجميع من خلال انشاء اعداد كبيرة من مراكز التدريب لاسيما النشاط الخلوى والتربية البدنية فى المدارس. وتؤكد الدراسات الخاصة التربية الرياضية فى الدول الاشتراكية ان التربية الرياضية عنصر هام وحيوى وتشكل عاملا أصيلا فى حضارة المجتمع ( المانيا الديمقراطية ـ بولنده ـ تشكوسلوفاكيا ـ رومانيا ـ بلغاريا ـ كوبا ).

- والرياضة فى الدول النامية ( افريقيا وأسيا ) ( ٦ : ١٩٨٩ ) تظهر فى التفاوت الكبير الذى تقسم به الحياة الأقتصادية والثقافية والسياسية فى البلاد الافريقية والأسيوية يجعل من المستحيل تبين سمة واضحة للعلاقة بين الألعاب الرياضية والأنماط الأجتماعية القائمة فى هذه البلاد ومن ذلك فيمكن ملاحظة الصور الأتية:

- النوعيات الحديثة للألعاب الرياضية التى يمارسها الموهوبون والمثقفون من الرياضيين. والعضوية فى الأتحادات الرياضية محددة بالنسبة للشعب ككل وفى معظم الأحوال يمثل هؤلاء الرياضيون بلادهم فى المباريات لرفع شأنها عن طريق الفوز فى هذا المجال.

- الرياضة فى دول أمريكا اللاتينية عبر عنها من نتائج دراسة للتربية البدنية والألعاب الرياضية قامت بها اليونسكو ( ٦ : ١٩٨٩ ) أتضح منها أن السمات التقلدية للأفراد فى امريكا اللاتينية وسلوكها الاجتماعى تنعكس تماما على سلوكيات الألعاب الرياضية فيوجد

تفاوت كبير بين القول والفعل وبين الاتجاهات حيث المواد والوسائل التعليمية اللازمة لتنفيذها غير متوافرة فهناك عجز فى الامكانات المادية والبشرية.

- وتقتصر الألعاب الرياضية على المشاهدة ولا تتيح التدريب اذ ان الغالبية العظمى من الشعب لا تزال تعيش فى مستوى منخفض وفى ظروف صحية وطبية قاسية. والظروف الأقتصادية فى بلاد امريكا اللاتينية ترتبط باحتراف الألعاب الرياضية فكثير من الأطفال والمراهقين الذين يتميزون بالمواهب والقدرات الرياضية يعيشون وأباؤهم وكلهم أمل فى أن يتحولوا من الفقر الى الغنى عن طريق احتراف الألعاب الرياضية وخاصة كرة القدم فاللاعب المحترف يصبح بطلا ومعبودا للجماهير وبعضهم يجمع ثروات وتنهال الهدايا والمنح من الأعضاء الموسرين على أندية المحترفين وهى أندية ذات نفوذ كبير ونتائج المباريات الرياضية تحتل المكانة الأولى فى أهتمامات الشعب. فالمضاربات تشد المشاهدين وتثيرهم وتعيش المدينة بأكملها من أجل مشاهدة مبارة كرة القدم النهائية فى البرازيل أو الأرجنتين والمكسيك أو مبارة كرة اليد فى فنزويلا ليشبع رغبته القوية وولعة فى استماع بالمباريات الرياضية تثير حماس الجماهير الذين يحشدون.

- وهذه الصورة التى تؤدى الى الشعور بالاحباط من الناحية التربوية يخفف من صدقها الرجوع الى الجهود التى بذلت فى السنوات الأخيرة فى بعض البلاد ( البرازيل ـ تشيلى ـ المكسيك ) للنهوض بالتربية البدنية فى المدارس والتربية الرياضية للجميع.

- وكوبا كحالة خاصة يجب أن تنضم الى مجموع الدول الاشتراكية فى أوروبا لتحقيق مشروعاتها فى هذا المجال.
- والرياضة فى دول غرب اوربا اتسمت بان هذه الدول نجحت فى اقامة نوع من التكامل بين الألعاب الرياضية والأنظمة الأقتصادية والأجتماعية ـ يتسق مع المستوى المعيشى المرتفع . والحرية الفردية الفردية والحرية من تدخل الدول وفقا لمؤثرات النظام الاجتماعى. والواقع ان المسابقات الرياضية واقبال للجمهور على مشاهدة المباريات تحتل مكانا هاما فى تلك البلاد كما أن التربية البدنية فى المداراس تلقى مزيدا من العون الحكومى،وتوفر الامكانات الى تجعل الألعاب الرياضية فى متناول الجميع، وتيسير وسائل وسائل المواصلات والجهود التى تبذلها الحكومات والتى تتسق مع أنشطة الشركات التجارية والصناعية (منتجو أدوات التربية الرياضة والشركات المتخصصة فى تنظيم أوقات افراغ).
- والألعاب الرياضية للجميع الأن ـ تضم اعداد تفوق بكثير الاعداد التى تشارك فى المباريات الرياضية التى تنظمها الاتحادات ثلاثى العدد يمارس الألعاب الرياضية الترويحية ( الألعاب الرياضية للجميع ) بينما الثلث الأخر يشارك فى المباريات الرياضية ـ ولربما تفصح الارقام عن اتجاهات هذه الدول فى المستقبل للالعاب الرياضية ( حسن الشافعى ـ الرياضة والقانون )
- وفى تقديرى ان الأعلام الرياضى الدولى حتى يؤدى دورة عالميا ضرورة التعرف على السمات الأساسية التى تميز المجتمعات من حيث انتشار

أنواع الألعاب الرياضية السائدة فى فئات الشعب المختلفة ومن هنا يستطيع الاعلام اعداد الرسالة الاعلامية مراعيا فيها فلسفة المجتمع الرياضية أى المستقبل لتلك الرسالة حتى تؤدى الرسالة دورها الاعلامى المفروض تحقيقيه بين افراد المجتمع الدولى.

ـ ومن نتائج الدراسة ايضا اتفقت أراء عينية الدراسة على أن الاعلام الرياضى استغل لتحرك بعض قضايا الصراع الدولى ـ ويعد عنصرا من عناصر الصراع الدولى مثلة مثل القوى الاخرى العسكرية والأقتصادية والسياسية والمعنوية والبشرية التى تحرك عملية الصراع الدولى ـ وأحيانا يساعد فى حل ومعالجة بعض القضايا والصراعات الدولية.

ـ والاعلام الرياضى الدولى يتأثر بكل من التنمية الأقتصادية والسياسية والأجتماعية والثقافية بالتقدم التكنولوجى فى مجال الاتصال الجماهيرى ويتطلب مزيدا من الأموال بناء المؤسسات الاعلامية الحديثة.

ـ وفى تقديرى أن العلاقات الرياضية ادارت الصراع والتفاهم الدولى ـ وهذا يتضح فى الحالات الأتية:

ـ دبلوماسية تنس الطاولة ـ والكركيت كوسيلة للتفاهم الدولى وأدت الرياضية الى الصراع فى الحرب التى قامت بين السلفادور وهندوراس " سبق ذكرها ".

ـ وأن الاعلام الرياضى الدولى فى اطار المنتظمات الدولية والمشاكل السياسية والأقتصادية والبيئية والأحتكار الاعلامى يختلف وظيفته باختلاف طبيعة المنتظمات وأنشطتها ( عالمية ـ أقليمية ).

ـ وأن المنتظمات الأقليمية الرياضية تقوم بوظائف اعلامية تدور فى اطار اغراضها وامكاناتها مثل الاتحاد العربى الالعاب الرياضية، الاتحاد الافريقى للألعاب الرياضية وماؤدية كل منهما فى نشر الأنشطة الرياضة من خلال الدورات والمبارات المختلفة وماتستغله تلك المنتظمات الأقليمية فى تدعيم الجوانب السياسية والأقتصادية من خلال الاعلام الرياضى.

وان المنتظمات الدولية العامة والمتخصصة الأخرى الغير مرتبطة بالأنشطة الرياضية تهتم بالعلاقات الرياضية وترتكز على أهميتها على دول العالم المختلفة فقامت الأمم المتحدة ومنتظم اليونسكو بالأتى :

ـ قد أوصت الأمم المتحدة (*) بوقف العلاقات الرياضية مع اتحاد جنوب افريقيا الرياضى.

( قرار الجمعية رقم ٢٣٩٦ ) فى الدورة الثالثة والعشرين بتاريخ ٢ ديسمبر ١٩٦٨م . (٤ : ١٩٨٤ ).

ـ وفى مؤتمر العام لمنتظم التربية والعلوم والثقافة التابعة للأمم المتحدة فى دورته العشرين المنعقدة بباريس فى اليوم الحادى والعشرين من نوفمبر سنة ١٩٧٨م. أعلن المؤتمر العام لليونسكو أنشاء اللجنة المشتركة بين الحكومات للتربية البدنية والرياضة والمسئولة عن تعزيز التعاون الدولى فى هذا المجال والصندوق الدولى للنهوض بالتربية البدنية والرياضة

---

(*) James A . R . Nafziger : The Regulation of Transnatlonal Sports Competi – tion . Down From Mount Olympus , ( Sport and Internat ional Relation , IIIinls , Stipes publisling Company , 1978) .

المدعم بالتبرعات التطوعية بهدف تشجيع ممارسة التربية البدنية والرياضة فى العام.

- والاعلان العالمى لحقوق الانسان يحق لكل فرد أن يتمتع بكافة الحقوق والحريات المنصوص عليها فى هذا الاعلان دون تمييز أيا كان بسبب العنصر أو اللون أو الجنس ( ذكر أو أنثى ) أو اللغة أو الدين أو الراى السياسى أو أى رأى أخر ،أو الأصل القومى أو الاجتماعى أو الثروة أو الميلاد أو غير ذلك من الاعتبارات. واذ يؤمن بأنه من الشروط الجوهرية لممارسة حقوق الانسان بصورة فعالة أن يكون كل فرد حرا فى تنمية قواه الجسمية والعقلية والاخلاقية والمحافظة عليها وان تكون أن أسباب التربية البدنية والرياضة مكفولة لكافة الناس يؤمن بأن تنمية القوى الجسمية والعقلية والاخلاقية والمحافظة عليها من حالها تحسين نوعية الحياة على التنمية على المستوى القومى والدولى. واذ يعتقد أن التربية البدنية والرياضة تسهمان بصورة فعالة فى غرس القيم الانسانية الاساسية التى تقوم عليها التنمية الكاملة للشعوب وإذ يؤكد ـ تبعا لذلك ـ أنه يجب أن تهدف التربية البدنية والرياضة الى تعزيز الصلات بين الشعوب وبين الافراد ،بالاضافة الى تعزيز روح المنافسة المجردة.

- وتم وضع هذا الميثاق لتوضيح(*) مضامينه فى عشرة مواد لتوضيح ما تقوم به التربية البدنية والرياضة لشعوب العالم.

---

(*) ارجع الى حسن أحمد الشافعى ـ الرياضة والقانون ـ منشأة المعارف ١٩٨٩م

- وأن الاعلام الرياضى الدولى يؤدى الى سياسة الوفاق من خلال العلاقات الرياضية الدولية وأن التقدم الاقتصادى انعكس على الاعلام الرياضى الدولى الذى تسيطر عليه الدول الأكثر تقدما لامتلاكها وسائل الاتصال الدولى.
- وأن الاعلام الرياضى يراعى الظروف البيئية واختلافها من دولة أخرى من حيث الأنشطة الرياضية السائدة وفقا للقيم الاجتماعية فى تلك الدول.
- والاحتكار الاعلامى الدولى عامة والرياضى خاصة ارتبط خاصة ارتبط بقلة من الدول التى تملك وتتحكم فى وكالات الانباء ووسائل الاتصال الاخرى العالمية والدول النامية لاتملك وكالة انباء قوية ولهذا فهى مضطرة للاعتماد على تلك الوكالات.
- وأن الدول النامية فى الوقت المعاصر لم تستطيع أن تتعاون مع بعضها البعض للقيام بوكالات أنباء قوية حتى لا تقع تحت وكالات الأنباء الدولية الموجهة من قبل الدول التى تمتلكها.
- وفى تقديرى أن الاعلام الرياضى الدولى يستطيع أن يقوم بالوفاق الدولى كما وضح فى دبلوماسية تنس الطاولة التى تم تناولها فى الدراسة - وأن الدول المتقدمة تمتلك الاعلام الرياضى الدولى لامتلاكها وتحكمها فى وكالات الأنباء ووسائل الاتصال الأخرى ـــ فتوجه وفقا لفلسفتها الاجتماعية والسياسية والثقافية وتناولها الأنشطة الرياضية المنتشرة بها دون مراعاة اذا كانت تتوافق مع الألعاب السائدة والمنتشرة فى دول العالم الثالث - وأتضح أيضا أن الدول النامية تتبع الدول المتقدمة وتجد

نفسها مستقلة الرسالة الاعلامية الرياضية الموجهة من قبل الدول المتقدمة.

ـ وأن وسائل الاعلام الدولية التى يمكن الاستفادة منها فى الاعلام الرياضى وذلك من خلال العلاقات الرياضية التى تظهر فى المنافسات الدولية والدورات العالمية والاقليمية هى:

ـ وكالات الأنباء الدولية.

ـ الصحف والمجلات الدولية.

ـ الاذاعات الدولية.

ـ الاذاعات الدولية والاتحادات الدولية والاقليمية.

ـ الوظيفة الدبلوماسية والملحقين الاعلامين.

ـ الوظيفة الدولية والوظيفة الاعلامية للمنتظمات الدولية ومنتظم اليونسكو.

ـ العلاقات العامة الدولية ـ والاعلان الدولى.

ـ الاعلام من خلال الأقمار الصناعية.

ـ وأن أهمية التخطيط الأعلامى الرياضى الدولى يعتمد على حصر الامكانات وتصنيفها وتحديد الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها فى فترة زمنية محددة ويؤخذ فى الاعتبار التكلفة الاقتصادية للاعلام الرياضى.

**ـ وأن التخطيط الاعلامى الرياضى يعتمد على الجوانب الأتية:**

❖ مشكلة الاختيار: أى اختيار وسائل الاعلام المناسبة لنشر الالعاب المختلفة.

❖ مشكلة التدبير: أى اتخاذ الاجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف.

❖ مشكلة التنفيذ: يقصد بها التطبيق الفعلى للأجراءات والعمليات التى تؤدى الى تحقيق الأهداف.

ـ وأن الخطة الاعلامية تتبع الخطوات التالية لتحقيق أهدافها:

❖ وضع الأهداف والأرقام والمؤثرات المراد تحقيقها.

❖ تحويل الأهداف الاجمالية الى أهداف تفصيلية وتحديد الوسائل والامكانات والمدة الزمنية تحديدا دقيقا ( سنوية ـ متوسطة ـ طويلة ).

❖ وضع الأهداف المرتبطة بالتخطيط السياسى الخارجى للدولة.

❖ تحديد الوسائل المرتبطة بالتخطيط السياسى الخارجى للدولة.

❖ تحديد الوسائل والأساليب الملائمة لتحقيق الأهداف الأكثر واقعية.

❖ دراسة صلاحية الأهداف أى احتمالات تحقيقها بالأمكانات المتاحة.

ـ ولصلاحية الأهداف الاعلامية الرياضية الدولية المراد تحقيقها يجب تحديد الأتى:

❖ تحديد الهدف.

❖ دراسة الامكانات المتاحة.

❖ عملية مقارنة الاحتياجات بالامكانات المتاحة.

❖ الوصول الى تقييم صلاحية الهدف.

❖ دراسة الاحتياجات المتاحة.

**وأوصت الدراسة بالأتى:**

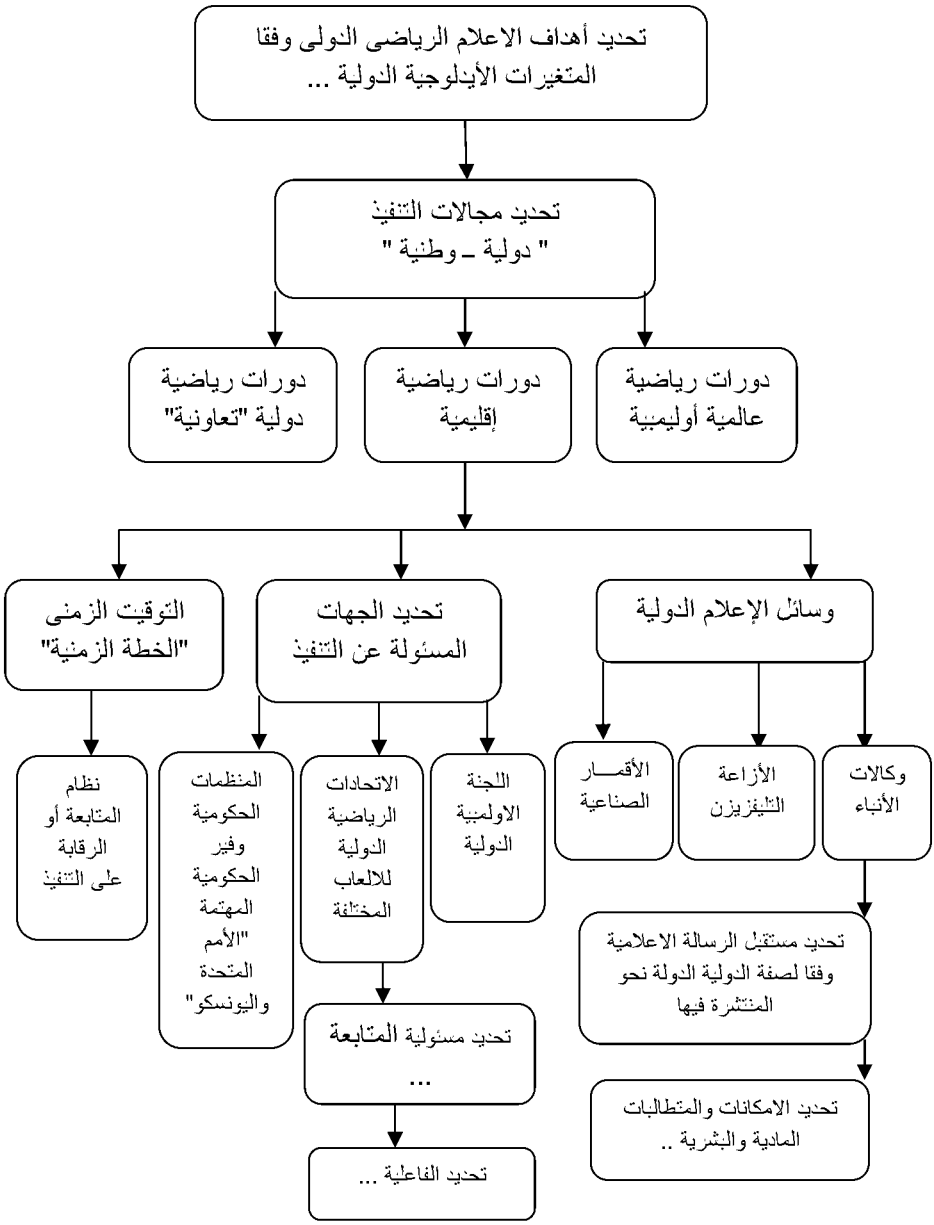
- ضرورة الاهتمام بدراسة النظام الاعلامى الدولى للعلاقان الرياضية من خلال النظم الاعلامية للدول المتقدمة والدول النامية ،دور التخطيط الاعلامى الرياضى الدولى.
- ضرورة التركيز على دور الاعلام الرياضى الدولى عالميا بالتعرف على السمات الأساسية التى تميز المجتمعات من حيث انتشار أنواع الألعاب الرياضية السائدة فى فئات الشعب المختلفة ومن هنا يستطيع الاعلام اعداد الرسالة الاعلامية مراعيا فيها فلسفة المجتمع الرياضية.
- ضرورة الاهتمام بالاعلام الرياضى الدولى فى تحريك بعض قضايا الصراع الدولى ويعد عنصرا من عناصر الصراع الدولى مثله القوى الأخرى العسكرية والاقتصادية والسياسية والمعنوية البشرية التى تحرك عملية الصراع الدولى واحيانا يساعد فى حل ومعالجة بعض القضايا والصراعات الدولية.
- ضرورة التخلص من الاحتكار الاعلامى الدولى عامة والرياضى خاصة - لانه ارتبط بقلة من الدول التى تملك وتتحكم فى وكالات الأنباء ووسائل الاتصال الأخرى العالمية - بأن تتعاون الدول النامية فى الوقت المعاصر بعضها مع بعض للقيام بوكالات أنباء قوية حتى لا تقع تحت وكالات الأنباء الدولية الموجهة من فيل الدول التى تمتلكها.
- يجب استفادة الاعلام الرياضى من وسائل الاعلام الدولية وذلك من خلال العلاقات الرياضية النى تظهر فى المنافسات الدولية والدورات العالمية والاقليمية - وهى وكالات الأنباء الدولية - الصحف والمجلات

الدولية ـ الاذاعات الدولية والاتحادات الاعلامية الدولية والاقليمية ـ الوظيفية الدبلوماسية والملحقين الاعلاميين ـ الوظيفة الدولية والوظيفة الاعلامية للمنتظمات الدولية ومنتظم اليونسكو ـ العلاقات العامة الدولية ـ الاعلان الدولى ـ الاعلام من خلال الاقمار الصناعية.

ـ ولتحقيق نتائج الدراسة نوصى بتحقيق التخطيط الاعلامى الرياضى الدولى ـ كما هو موضح فى شكل رقم ( ١ ) والتنظيم الاعلامى الرياضى من خلال المنتظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية، كما موضح فى شكل رقم ( ٢ ).

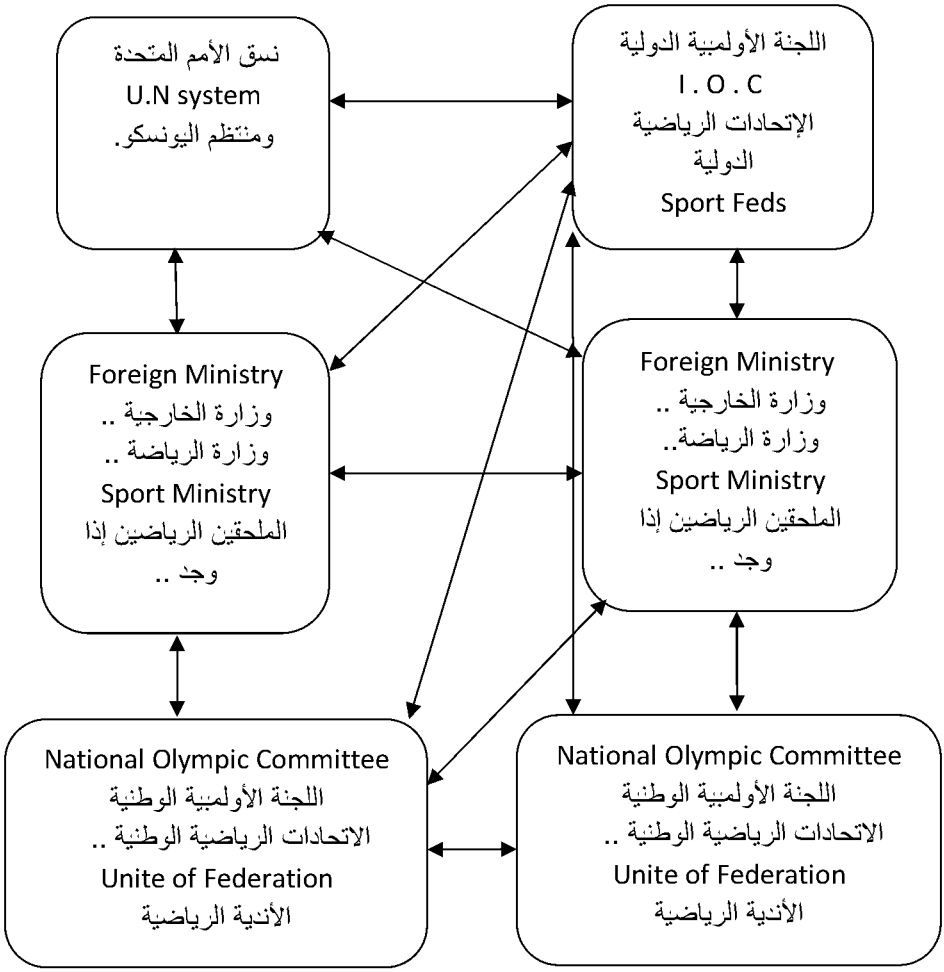
## شكل رقم (١)

## التخطيط الإعلامى الرياضى الدولى



## التنظيم الإعلامى الرياضى الدولى

## من خلال المنتظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية




سياسات كلاسيكية للدول ——— Classic Interstate Politics

سياسات داخلية ——— Domestic Politics

تفاعلات البيووطنية ..... Transnational Jnteractions

هو القانون الذى يحتوى على قدر من القانونين الداخلى والدولى ( عن محمد طلعت الغضيمى ) قانون السلام.

# المراجع الخاصة بهذا البحث


١ ـ المؤتمر الدولى للأتحادات الاذاعية حول اتصالات الفضاء ـ روما ٦: ١١ مارس ١٩٧٢ دراسات وبحوث اذاعية يصدرها اتحاد اذاعات الدول العربية.

٢ ـ حسن أحمد الشافعى: العلاقات الرياضية فى النظام الدبلوماسى محاولة لايجاد نظام الملحقين الرياضيين ـ مؤتمر الرياضة للجميع ـ القاهرة ـ كلية التربية الرياضية مارس ١٩٨٣.

٣ ـ حسن أحمد الشافعى: التنظيم الدولى للسلوك الرياضى " رسالة دكتوراه ـ كلية التربية الرياضية للبنات الاسكندرية ١٩٨٣.

٤ ـ حسن أحمد الشافعى: " السياسة والرياضة "مؤتمر التربية الرياضية الاول بغداد مارس ١٩٨٤.

٥ ـ حسن أحمد الشافعى: تحليل النشاط الاتحاد العربى للألعاب الرياضية ودروة فى تدعيم العلاقات بين الشباب العربى ـ مجلة جامعة حلوان سنة ١٩٨٦م.

٦ ـ حسن أحمد الشافعى: " الرياضة والقانون " فلسفة التربية الرياضية وتاريخها ـ منشأة المعارف سنة ١٩٨٩.

٧ ـ عبد العزيز الغنام: " مدخل على الصحافة " الجزء الأول ـ الصحافة اليومية ـ بيروت دار النجاح ١٩٧٢.

٨ ـ محمد على العوينى: " الأعلام الدولى " مكتبة الانجلو سنة ١٩٨١م.

٩ ـ محمد على العوينى: الدعاية الاسرائيلية والحرب العربية الاسرائيلية الرابعة ـ اذاعة اسرائيل العبرية ـ كحالة للدراسة ـ مركز الابحاث ـ منظمة التحرير الفلسطينية ـ ابريل ١٨٧٤م.

١٠ ـ محمد على العوينى: الاعلام العربى المشترك فى اطار جامعة الدول العربية ـ مجلة شئون فلسطينية ـ العدد ٢٠ ـ ابريل سنه ١٩٧٣م.

١١ ـ محمد على العوينى: الاعلام الدولى والدول النامية ـ جريدة الاهرام ١٩٧٥/٤/١٠.

١٢ ـ محمد على العوينى: القرار السياسى ـ واحتمالات الصواب والخطأ ـ جريدة الجمهورية ١٩٧٥/١٠/٥.

١٣ ـ محمد محمود الامام: التخطيط من اجل التنمية الاقتصادية والاجتماعية ـ معهد الدراسات العربية العالمية ـ جامعة الدول العربية ١٩٦٢م.

14 – Adi H . Doctor ..... " internationanal Relations an jntroductory Study " New Delhi ,vikas publicatinons 1969

15 – Arthur Goodfriend – " The Dilemma of Cultural propaganda, Let It be " The Annals of the American Acade – my of political and social Science, Vol 398,1971.

16 – Bogdan Osolnik ..... Some probiems Concerning International Communcation fron the view point of implementing the brincibies of the Declarations of Human Rights ,Symposium Ljubijana, 1968 Mass media and International Un derstandhng, School of Sociology, politi – cal Science and Journalism, Ljuijana, 1968

17 – Charles A ..... Siepmann Propaganda Techniquses, voice of the people Reading in public opinion and public opinion and propaganda ; Edited by reom Christen – son and Robert o . Me Willians ,2 nd Edhthon New York Nc – Graw – Hill Book Company, 1967.

18 – Domminique Descouches – Information and Development Cote dlvire These de Doctoral, Universite de Paris 1 – 1973.

19 – dinker Rao Mankekar – Mass – Media and lnternational Under – standing as anewly – emerged

undere – veloped country Looks at the problem, symopium – Ljubijana 1968.

20 – Geoffrey k. Robert – A Dictionary of political Analysis, Londor Longman, 1971.

21 – Gedwin C.Chu and Sayed A.Rahm and Lawrence Kinkad (ED) –communication for Croup trans – formation in Development, East west center,East west communication, lnsti- tute Monographs , no.2, September, 1976.

22 – Harold Beeley …….. The Changing Role of British international propaganda .the Annals of American Acades of bolitical and Sochal Science vol. 398 no 1971.

23 – Habil Erhart Rrauthe – Industrialzation, planning , Financing in Developing countries. Edition,Leipzit German Denocratic Republic, 1970.

24 – Joze Koren ……. The Minorrty press – A Factor of Understa Among Nations , Symposium, Liubijana 1968.

25 – Juan Beneyto L. …….. Opinion publiqus et la politique Internat Symposisum Ljubujana,

26 – Jean Schwoobel – Le presse – Le pouvoir et j Argent Symposium Ljubijana.1968

27 – John Martin .... Effectiveness of International Propaganda , the Annals of the American Academy of po litical and social Socal Science Vol. 398 Nov 1971.

28 – Joseph T . Klapper – the effects of Mass COMMUNICATION, New York , Free press, 1960 .

29 – Khalil Sabate .... Role de la Veracite del Information Dans La Comprehension , international Sympo – sium, Ljubijana,1968

30 – Karl Rossel Majdan – Monoply and comcentration in intervational Mass Communication, An Important problem for Small N ations. Symposium Ljubijana, 1968.

31 – L . John, Martin ... Internattional propaganda , its Legal and Diplo – mathcal Control . Universty of Minnesota , press 1958.

32 – Milo Popovic ... About Some Features of Institutional and Non – Institutional Factores in internal Commu naication Symposium Liubijans, 1968.

33 – Quincy,Wright ... The Study of International Relations , Bomby, the Times of INDIA ,PRESS 1970.

34 – Ofon Pancar – Le Role de Langue international Dans La Commu.naication Publique et Dans la comprehend international, Syposium Ljubijana, 1968.

35 – Ralph R. White – propaganda, Moraly Unqustionable Techniqu the Annals of the American Academy of polit and Social Science, vol. 398 Nov 1971.

36 – Symposium Ljuijana 1968 –Mass Media International Un – derstandhng School of Sociology . Politica Science and Journalism Ljubijanana 1969.

37 – Theodore E kruglak – the international News Agencis and the Reducition of international Tensisons, Symposium Ljubijans ,1968.

38 – UNESCO……. World Thrends of News Agencies in international Communication Madia Channels , func tions . Edited by Heinz Dietrich fisher and John C,Merrill, New York Hastings Hous publisher 1970.

39 – Wayo V .Aladji – international en Afreque Tradionne LLe Ecde Superieure de Journalisme , Lille 17 Juhne

40 – Wilburn Schramm – Mass and National Development, The Role of information of the Developing Countries Standford UNIVERSITY PRESS , 1966