

الفصل (١٢)

أدوار وكالات الأخبار العالمية

The Roles Of Global News Agencies

التقديم

يغطي هذا الفصل الخدمات السلوكية العالمية والتي تعتبر مكونات رئيسة في نظام الإعلام العالمي. تجذب هذه الخدمات السلوكية إلى الإعلام الدولي مجموعات مختلفة من أصحاب المصلحة، ومع ذلك، كل خدمة لها دور مهم متميز في أنشطة مشروعات وسائل الإعلام متعددة الجنسيات اليومية. إنها أيضاً مدفوعة إلى التوسع عالمياً بضغط من الصناعة لتحقيق نطاق ومجال أكثر اتساعاً. حيث يفتح الإقتصاد العالمي تسير أيضاً في ركبته الخدمات السلوكية. منذ الحرب العالمية الثانية، قد ركزت المناقشات المحيطة بالإعلام الدولي في جزئها الأكبر على الخدمات السلوكية الدولية. أثناء عقد الستينيات (١٩٦٠) أصبحت الخدمات السلوكية العالمية المستهدفات الأولى والمتكررة للبلدان الهامشية ومدن أخرى. أثناء مناقشات نظام الإعلام والمعلومات العالمي الجديد (NWICO) في عقد السبعينيات (١٩٧٠) تضمنت معظم الموضوعات سلوك الخدمات السلوكية، الموقع (كلها قائمة في البلدان المحورية) أو هيكل الشركة.

بصورة متكررة، ذكر مجالان ينشأ عنهما مشكلات بصفة عامة في المناقشات حول وجود مواقع الخدمات السلوكية العالمية في الدول المحورية. أولاً، ركزت الخدمات السلوكية على تغطية الأخبار التي هي أساساً تمثل الجوانب الإيجابية للقوى الاستعمارية، أو تتعامل مع المناطق حيث يكون للشركات التي مراكزها الرئيسية قائمة في البلدان المحورية فروع مصانع في تلك المناطق. الثلاث خدمات عالمية الرئيسية روتيرز تومسون، الصحافة المشتركة، ووكالة الصحافة الفرنسية مقراتها بالترتيب في لندن، نيويورك، وباريس.

القضية الرئيسية الثانية تمثلت في أن التغطية للبلدان الهامشية ركزت على الأخبار السلبية مثل الاحتجاجات المدنية، الكوارث الطبيعية أو الأحداث المثيرة للضجة أو الشاذة. تذكر تقارير الخدمات السلوكية القليل جداً عن الأخبار الجيدة (إذا ذكرت أصلاً) حول المناطق الأكثر فقراً في أفريقيا، أمريكا

اللاتينية، أو آسيا. بالنسبة لمعظم الناس رؤيتهم عن العالم المحيط بهم تتشكل مما تغطيه أو لا تغطيه وسائل الإعلام فيما يتعلق بالأراضي الأجنبية .

حاولت مجموعتان من الباحثين توثيق تدفق أخبار الخدمات السلوكية ذات الاتجاه الواحد وعدم التوازن في التغطية لكل من "الشرق - الغرب"، "الشمال - الجنوب". سعت إحدى المجموعات إلى التمويل، وإلى وصوت من اليونسكو، وفي أواخر عقد السبعينيات (١٩٧٠) أصبحت أدبياتها ومطالبها مدوية. تكونت المجموعة الثانية من مجموعة متنوعة من العلماء في U.S، أوروبا، البلدان الاسكندنافية، أمريكا اللاتينية، وأماكن أخرى، الذين أجروا بحثاً منفصلاً عادة باستخدام تحليل المحتوى الخاص بوسيلة إعلامية محددة، وعادة مطبوعة. في التحليل النهائي، غالباً، كانت كل البحوث نافذة للخدمات السلوكية. درس الباحثون بصورة متكررة الصحافة المطبوعة لتوثيق ما قد أدرك على أنه مشكلات هيكلية في الخدمات السلوكية القائمة والتي تحت إشراف البلدان المحورية. مع انتهاء "الحرب الباردة" قد تبخرت توترات الشرق - الغرب في معظمها، ولكن تبقى انتقادات هيكلية معينة خاصة بالتغطية الإخبارية الشمال - الجنوب.

شكل ١٢ - ١

وكالات الأخبار العالمية ، ٢٠١٠

1 Thomson Reuters	١ رويترز طومسون
2 The Associated Press (AP)	٢ الصحافة المتحدة
3 Agence France Presse (AFP)	٣ وكالة الصحافة الفرنسية
4 Bloomberg	٤ بلومبيرج
5 Dow Jones & Company	٥ داو جونز
6 Xinhua News Agency	٦ وكالة أخبار صينية
7 Inter Press Services (IPS)	٧ خدمات الصحافة الدولية

يتم تناول وكالات الأخبار العالمية الرئيسية (شكل ١٢-١) بالتفصيل في هذا الفصل. رويترز، والصحافة المشتركة ليستا فقط الوكالات العملاقة،

ولكنهما أيضاً تتحكما في أخبار التليفزيون على نطاق واسع من حيث كتابة التقارير، والاهتمامات بالإنترنت حول العالم، بالإضافة إلى اهتمامها التاريخي في الصحافة المطبوعة.

وكالة رويترز

رويترز تمثل الخدمة السلوكية الأقدم، والتي يرجع تاريخها إلى أكتوبر ١٨٥١، عندما افتتح Paul, Julius Reuter، مهاجر ألماني مكتباً في لندن. نقلت رويترز قوائم أسعار سوق الأسهم بين لندن وباريس، وفي أيامه المبكرة ركز على أخبار دوائر الأعمال. أصبحت الوكالة بسرعة معروفة على أنها مصدر للأخبار، وبدأت تغطية الحروب والانتخابات حيث أنهم دمجوا بيئة دوائر الأعمال أيضاً. في النهاية وسعت خدماتها إلى كل الصحافة البريطانية، والمستعمرات البريطانية، بالإضافة إلى الصحافة في البلدان الأوروبية الأخرى. وسعت رويترز خدماتها وبدأت تبث الأخبار العامة والاقتصادية من كل أرجاء العالم. كانت خدمة أخبار رويترز الناجحة في حالة ازدهار. في عام ١٨٦٥، كانت رويترز شركة الخدمة السلوكية الأولى في أوروبا التي تبث أخبار اغتيال الرئيس لنكلن في U.S.

من خلال التطورات التكنولوجية مثل التلغراف وتسهيلات الكابل تحت البحار، فإن خدمات أخبار رويترز توسعت إلى ما وراء أوروبا لتشمل الشرق الأقصى بحلول عام ١٨٧٢، وأمريكا اللاتينية ١٨٧٤. في ١٨٨٣ بدأت "رويترز" تستخدم "طابعة الأعمدة" لنقل الرسائل إلكترونياً إلى صحف لندن. سمح هذا الشكل للمحررين بقص ولصق القصص الإخبارية من تغذية "رويترز". استخدام الراديو فيما بعد وسَّع الخدمة السلوكية في عقد العشرينيات (١٩٢٠) بما قد سمح لرويترز ببث الأخبار دولياً. في ١٩٢٧، قدمت رويترز الطابعة عن بعد teleprinter لتوزيع الأخبار إلى صحف لندن. وفي عام ١٩٣٩ حركت الشركة مراكزها الرئيسية إلى موقعها الحالي ٨٥ شارع Fleet، لندن.

استمرت رويترز في نجاحها، واستمرت في تحديث خدماتها إلى النصف الأخير من القرن العشرين. لقد توسعت في ١٩٦٤ مع خدمة Stockmaster لبث البيانات المالية دولياً. في ١٩٧٣ دشنت الشركة مرصد Monitor رويترز الرقابي الذي يبيث الأخبار وأسعار العملات الأجنبية. تتبعاً لزيادة الربحية المثير تم تعويم رويترز كشركة عامة في ١٩٨٤ في بورصة لندن، وفي NASDAQ في الولايات المتحدة الأمريكية.

في ١٩٦٠ بدأت رويترز شراء أسهم في Visnews، وكالة أخبار فيلم تليفزيوني عالمي، وفي عام ١٩٩٢ اشترت رويترز Visnews وأصبحت تليفزيون رويترز RTV . RTV المورد للأخبار التليفزيونية الرائد على مستوى العالم، والذي يصل إلى ١,٥ بليون فرد يومياً، ويسلم المادة الإخبارية إلى عملاء وسائل الإعلام مباشرة عبر القمر الصناعي أو النظم الأرضية. العملاء هم شركات الإذاعات والصحف على مستوى العالم، ولكن الأخبار تصاغ بصورة خاصة إلى الأسواق المالية. خدمة RTV أقدم خدمة معلومات وأخبار شاملة في الوقت الحقيقي، والتي تغطي الأخبار العاجلة حول العالم. إنها مثالية بالنسبة لأولئك الذين يريدون ما يحدث حول العالم من خلال فيديو الأخبار بسرعة ومصداقية. ظهر منافس رئيسي لوكالة رويترز، والذي بدأ في توريد الأخبار إلى الإذاعات عام ١٩٩٤، إنه أخبار تليفزيون الصحافة المتحدة (APTN) والذي أنشئ عندما اشترت الصحافة المتحدة Associated Press (AP)، وكالة أخبار التليفزيون العالمي.

ينظر إلى شركة رويترز باعتبارها رائدة السوق العالمي استناداً إلى مصادر قوى أربعة:

- ١- شبكة تقارير أخبار ومعلومات على المستوى الدولي تتسم بالسرعة، الدقة، التكامل، وعدم التحيز؛
- ٢- شبكة اتصالات إعلامية دائمة التطور، وخط منتج متميز باتساعه وجودته؛
- ٣- قواعد بيانات مالية شاملة توفر معلومات في الوقت الحقيقي وتاريخيه؛
- ٤- سمعة مؤكدة وموثقة تتناول الابتكارات التكنولوجية المستمرة والموثوق بها.

تقدم رويترز إلى عملائها منتجات وخدمات مالية، وسائل إعلام، ومهنية. تتكون المنتجات المالية من حالات بيانات التغذية إلى الأسواق المالية، وأدوات برامج تحليل البيانات. تحت المظلة المالية توجد المنتجات التي تمكن التجار من التعامل في أسواق العملات الأجنبية، العقود الآجلة، الخيارات، والأوراق المالية. ينتج قسم وسائل الإعلام الأخبار في كل أوجه وسائل الإعلام المتعددة، والتي تتضمن الصور التليفزيونية، الأصوات، والأشكال البيانية، والصور الفوتوغرافية. قسم المنتج المهني مسئول عن تعبئة الأخبار في الشكل الإلكتروني المضغوط للمديرين التنفيذيين في شركات التأمين، الإعلان، النقل، الرعاية الصحية، وقطاعات دوائر أعمال ودوائر مهنية أخرى.

في عام ٢٠٠٨ بيعت رويترز إلى "شركة طومسون"، في تورونتو، كندا، شركة تكتل إعلامي تقدم الخدمات المالية في صورة بيانات ومعلومات. أعيد هيكلة الشركة المندمجة إلى قسمين: القسم المهني وقسم الأسواق: يحتوي القسم المهني على وحدة الأخبار والمعلومات كما كان الوضع في رويترز. تركز أقسام الأسواق على القانون، الضرائب، والرعاية الصحية. وافق الملاك الجدد على أتباع المبادئ التي تبنتها رويترز، والتي وضعت في عام ١٩٤١ والتي كانت تعني تأكيد رويترز على الإلتزام بمبادئ الممارسات الصحفية إلى جانب الأمانة والاستقامة والتحرر من التحيز أو الخوف.

أعيد توطين وحدات رويترز طومسون من مراكزها الرئيسية في كل من لندن وواشنطن إلى الهند لتوفير الأموال. العديد من الصحفيين الحاليين في رويترز طومسون قلقين حول ممارسات التغذية من خارج الأسواق، وأيضاً هيمنة الأخبار المالية.

وكالة اسوشيتد برس (AP)

AP خدمة سلكية أخرى لها جذورها التي تمتد إلى منتصف القرن التاسع عشر (١٨٠٠). في مايو ١٨٤٨، جلس ستة من الرسميين الذين يمثلون ستة من صحافة مدينة نيويورك حول مائدة. كان جميعهم قلقين حول التكاليف العالية للحرب الأمريكية المكسيكية. افترض ممثل الجريدة التجارية أنه فقط المجهود المشترك بين صحف نيويورك يمكن أن يجعل التلغراف – الوسيلة الأسرع في ذلك الوقت – يمكن تحمل تكاليفه، ويمنع بصورة فعالة شركات التلغراف من إعاقتنا عن جمع الأخبار اقتصادياً. على الرغم من التردد في البداية وافق ممثلو الصحف الست الأعلى تنافسية على خطة تعاون تاريخية، وولدت AP، والتي تعني الصحافة المتحدة. كانت AP منذ البداية تعاونية أخبار، وتستمر حتى اليوم هيكل ملكية منفرد. أكثر من ١,٧٠٠ صحيفة عضو تملك وتراقب الآن التعاون الذي ليس بهدف الربح. إنها تنتخب ١٨ عضواً لمجلس الإدارة الذي يضع السياسات والمعدلات. Rupert Murdoch رئيس المجلس. يضاف إلى ذلك، أكثر من ٥,٠٠٠ محطة راديو وتلفزيون عملاء خدمات AP. بعد مضي سنة على إنشاء AP، التحقت صحف مدينة بوسطن بمؤسسة AP نيويورك. ثم سرعان ما توالى شركات صحف في العديد من المدن الأمريكية وحتى الأجنبية. كانت أخبار العناوين الرئيسية تصل من أوروبا عبر المحيط إلى أقرب الموانئ الأمريكية ثم تبلغ تليغرافياً إلى نيويورك. كانت هذه هي الممارسة حتى إنشاء الكابل عبر الأطلنطي في ١٨٥٦، والذي جعل ميناء Halifax متقادماً بالنسبة للأخبار.

اليوم، توزع خدمة AP العالمية الأخبار والصور إلى ٨,٥٠٠ شركة مشترك دولي، ويترجم التقرير إلى العديد من اللغات. إنها تقدم الأخبار مباشرة في خمس لغات: الإنجليزية، الفرنسية، الأسبانية، الألمانية، والهولندية. باعتبارها وكالة لجمع الأخبار، فإنه من المدهش والغريب أنها لا تقدم تغطية أصلية باللغة العربية أو الصينية. إن لديها عملاء في ١٢١ بلداً، وموظفين أخبار وصور حوالي ١,١٠٠ محليين، ٥٠٠ في الخارج. يعمل الصحفيون في الخارج من خلال ٢٤٣ مكتباً. فازت AP بعدد ٢٨ جائزة Pulitzer

للتصوير، وهذا ما لم تحصل عليه أي شركة أخبار أخرى. مع زوال المنافس "الصحافة المتحدة الدولية" في عام ١٩٩٣، أصبحت AP الخدمة السلكية الرئيسية في U.S.

أخبار AP العالمية عبر الفيديو كان يطلق عليها اختصاراً APTN. إنها حالياً منافس رويترز الأساسي والوحيد. لدى APTN تسهيلات جمع أخبار فيديو طول الوقت في ٧٠ مكتب، ولديها أكثر من ٣٠٠ عميل، منها: ABC , NBC , CNN , FOX ، قنوات أخبار وتلفزيون. خدمة APTN الأساسية تتمثل في توريد قمة القصص الإخبارية العالمية، وأيضاً تغطية للمناطق في أمريكا الشمالية، أمريكا اللاتينية، آسيا وأوروبا. بحلول منتصف التسعينيات (١٩٩٠) قد دشنت AP راديو كل الأخبار (ANR)، ووفرت أفلام فيديو، تتناول قمة قصص اليوم الإخبارية من خلال القمر الصناعي إلى منظمات الإذاعة عبر العالم. تؤكد شبكة APTN صحافة المشروع، وممارسة سرد القصة كاملة في شكل روائي في اللحظات الحرجة في مناطق عالمية مختلفة التوقيت. اليوم أكثر من ٥٠ محطة راديو تعتبر تابع ANR، وتستطيع أن تدخل بسهولة الأخبار والإعلانات المحلية إلى شكل ANR. في ١٩٩٦، دشنت APTN، وكالة فيديو أخبار الرياضية، SNTV، والذي يحقق لها قيادة السوق، استناداً إلى أنها المنظمة الأكبر في مجال جمع الأخبار على مستوى العالم، والموارد المستقل الأكبر في برامج الرياضة على مستوى العالم. تخدم SNTV أكثر من ٣٠٠ إذاعة عبر العالم.

بسبب التغيرات الدائمة في صناعة الصحافة والإذاعة، تبقى AP ممسكة بزمام القيادة بسبب دوائر أعمالها الجديدة وتطوراتها التكنولوجية. قد مكنت العديد من المبادرات الجديدة، AP لتدعيم وإثراء أنشطتها في جمع البيانات على مستوى العالم. على سبيل المثال، تباع الوكالة أخباراً في صورة حزم إلى غير الأعضاء مثل الحكومات والشركات. تباع AP - إدارة خدمة المعلومات online - مجموعة من الأخبار ذات الموضوعات المحددة، والتي تعد سلكياً لكل عميل من الصناعة، السياسة العامة أو نوي الحاجات من الأخبار. أيضاً تباع AP صوراً لغير الأعضاء من خلال وحداتها التابعة على مستوى العالم. الاتصال الإعلامي عن بعد يمثل وحدة تابعة أخرى، والتي تزود الأعضاء وغير الأعضاء بالبيانات، وتكنولوجيات شبكات الاتصال

الإعلامي. استجابة إلى الاستخدام الواسع للإنترنت، شكلت AP "إدارة خدمات وسائل الإعلام المتعددة" لكي يستخدمها أعضاء AP على صفحاتهم المنزلية online. أيضاً، في ١٩٩١، قد أصبح بنك AP لأشكال الجرافيك، أول أرشيف جرافيك online للتلفزيون، لإستخدام خطوط تلفزيون معيارية. في ١٩٩٤، قدمت AP أول كاميرا رقمية لكي يستخدمها الصحفيون تحت مسمى كاميرا أخبار AP 200.

تتضمن خدمات AP الإذاعية، برامج الراديو، مجلة Newsweek على الهواء. نظام إنتاج الأخبار الجوهرية (ENPS) نظام إلكتروني لإنتاج الأخبار، والذي سوف يكون سريعاً، نظام الكمبيوتر الأكبر لخدمة حجرة أخبار الإذاعة في العالم، والذي يربط المراسلين الصحفيين للراديو والتلفزيون، ومجالات الإنتاج والأرشيفات في أكثر من ١٠٠ موقع.

قد انخرطت AP في حالتين مثيرتين للجدل. الأولى خاصة بقانون حقوق التأليف والنشر والتي تتضمن استخدام منتجات AP بدون ترخيص. هذه أساساً من الظواهر الشائعة في استخدام الإنترنت. يستخدم جوجل، المدونون، مواقع web، وجامعو الأخبار المصنفة دون إشارة إلى المصدر أو الدفع مقابل الخدمة في معظم الحالات. تسعى AP إلى الحصول على أتعاب من المخالفين، ولكنه تحدى مئبث للهمة والإرادة لأن المشكلة واسعة الانتشار.

الموضوع الثاني أكثر خطورة، ويمكن أن يهدد حيوية الشركة طويلة الأجل. يتناول هذا الموضوع الأتعاب المتنوعة التي يلزم أن تدفعها الشركات الأعضاء مقابل خطوط إنتاج AP. على الرغم من أن كل صحيفة لا تزال تخسر أموالاً وتوزيعاً فإنها تريد أن تخفض AP الأتعاب. يهدد البعض بأن يترك AP تماماً. استجابة لذلك تعرض AP خصومات وتسويات للإبقاء على المشتركين. ولكن نتيجة لذلك تتوقع AP أن إيراداتها سوف تنخفض بنسبة ١٠ في المائة سنوياً. الاستغناءات عن العاملين، وهبوط معدل الأخبار نتيجة محتملة؛ ومع أخبار أقل فإن المزيد من الصحف والإذاعات سوف تطلب أتعاب اشتراكات أقل، ومن ثم إنذار بدائرة خبيثة أخرى، وهكذا. مع تدهور مبيعات الصحف، تصبح ضمانات AP منهارة.

الصحافة المتحدة الدولية (UPI)

يعود تاريخ UPI إلى أكثر من ٩٠ سنة مضت. أنشأ E.W.Scripps الصحافة المتحدة في ١٩٠٧ لتغطية الأخبار من حول العالم. في عام ١٩٣٥. أصبحت الصحافة المتحدة أول خدمة أخبار أمريكية رئيسة لتوريد الأخبار إلى محطات الراديو. في ١٩٥٨ اندمجت UPI مع خدمة أخبار William Randolph الدولية لتصبح "الصحافة المتحدة الدولية، UPI". في ذلك الوقت، كانت UPI خدمة أخبار اقتحامية وذات مكانة، تتنافس مباشرة مع AP. أثناء عقد الستينيات (١٩٦٠) كان لدى UPI أكثر من ٦,٠٠٠ عامل، وأكثر من ٥,٠٠٠ مشترك أخبار. بدأت UPI شبكة أول خدمة راديو سلكية عالمية تزود محطات الراديو بتقارير صوتية من المراسلين حول العالم. بعد سنوات عديدة، في عقد الثمانينيات (١٩٨٠) كانت خدمة الأخبار هي الأولى في الصناعة التي تدع المشتركين يختارون ويتسلمون نسخة بحسب الموضوع أو عناوينه الفرعية بدلاً من فئة أكثر اتساعاً فقط. في ١٩٩٩ باعت UPI دائرة أعمال إخبار إذاعتها إلى منافستها في ذلك الوقت AP، والتي التقت كل ممتلكات وعملاء UPI في الولايات المتحدة.

UPI كشركة كانت مملوكة بواسطة مجموعة مستثمرين من المملكة العربية السعودية، ولكن في عام ٢٠٠٠ بيعت إلى أخبار الاتصالات الإعلامية العالمية (NWC). سرع البيع استقالة Helen Thomas من UPI بعد ٥٧ سنة. تصدر NWC أيضاً ٢٠ صحيفة حول العالم بما في ذلك The Washington Times.

وكالة الصحافة الفرنسية (AFP)

AFP ثالث أكبر خدمة سلكية عالمية بعد رويترز و AP. إنها وكالة الأخبار الأقدم على مستوى العالم، يرجع تاريخها إلى عام ١٨٣٥، وواحدة من أكبر شركات الخدمة السلكية في العالم، تزود عملاءها بمقالات في شكل نصوص إخبارية كاملة من حول العالم. تغطي مقالات AFP الإخبارية الشؤون السياسية، الاقتصادية، الدبلوماسية، الثقافية، العلمية، الدولية، القومية، أخبار دوائر الأعمال، والأخبار الرياضية، التي يكتبها الصحفيون والمراسلون من جميع قارات العالم. الكثير من المكاتب لا يزال قائماً في المستعمرات الفرنسية سابقاً. أو في مدن رئيسة حيث توجد مكاتب رويترز ومكاتب AP التنافسية.

لدى AFP مكاتب في ١١٠ بلداً، وعملياتها التشغيلية في ١٦٥ بلداً، وتستخدم أكثر من ١,٢٠٠ موظف صحفي ومصور، و ٢,٠٠٠ مراسل يبعثون بتقاريرهم تقريباً من كل بلد حول العالم. من بين هؤلاء المراسلين ١٠٢ يقيمون في البلدان الهامشية (٢٢ في أمريكا اللاتينية والمكسيك، ٨٠ في أفريقيا وآسيا). خدمة اللغة الإنجليزية موزعة حول العالم، وتتضمن التقارير، التحليلات، والأخبار. الشركات المشتركة في خدمات AFP تتضمن ٧,٠٠٠ صحيفة، ٢,٥٠٠ محطة راديو وتليفزيون، يتمثل العميل الأكبر للوكالة في الحكومة الفرنسية الراعية وممولة AFP.

ابتداء من يناير ١٩٩٧ تغذية أخبار AFP تكاملت في شاشة Bloomberg ذات المعلومات متعددة لوحات العرض، المنتجة في لندن على قناة القمر الصناعي الأوروبي. توزع الوكالة أيضاً قصصاً إخبارية مختارة من AP. تشغل AFP شبكة تصل أكثر بعداً من أي خدمة أخبار أخرى بحيث توفر تغطية لا تجاري من حيث العمق والاتساع وذلك من مناطق لا تصلها الخدمات الأخرى نتيجة الضعف أو الغياب. ينظر إلى AFP على أنها المورد الأول للمعلومات من آسيا، أفريقيا، والبلدان التي تتحدث العربية.

على مدى سنوات، أثبتت AFP إنها رائدة في المشروع الصحفي. على سبيل المثال، لقد كانت الأولى التي أعلنت وفاة ستالين، البابا جون بول "١"، وأنديرا غاندي. فازت AFP بالكثير من المديح والجوائز من أجل

استمرار تغطيتها لبعض القصص الإخبارية الأكبر في العالم، بما في ذلك حرب يوغسلافيا السابقة ١٩٩٩، والصراع في الشيشان. قبل حرب الخليج الثانية، كانت AFP متشككة بوضوح في إدعاءات إدارة بوش حول وجود أسلحة دمار شاملة في العراق. أيضاً، وقفت AFP مع تحليلاتها الموضوعية ضد الحرب على العراق، على عكس كل الصحف الأمريكية، وعلى الأخص كل قنوات الأخبار التي جندت نفسها وكالة دعاية لصالح الحرب. نتيجة لذلك استبعد البيت الأبيض AFP وملخصاتها الصحفية المختارة.

Bloomberg

أنشئت Bloomberg في مدينة نيويورك في أكتوبر ١٩٨١ بواسطة ميخائيل بلومبيرج عندما شكل "نظم السوق المبتكرة" التي أصبحت في ١٩٨٦ معروفة تحت مسمى بلومبيرج LP. بعد ١٥ سنة من إنشاء شركة الاستثمار "إخوان سالومون"، حدد بلومبيرج الحاجة إلى صحافة دوائر الأعمال تنفق مع المعلومات المالية العالمية على مدار الساعة، وبحلول عام ١٩٨٧ وبعد أن بدأ بمدينة نيويورك افتتح مكاتب على مستوى العالم التجاري، أولاً، في لندن، ثم استراليا في عام ١٩٨٩، وتوالت بعد ذلك المكاتب على مستوى العالم. أخبار Bloomberg متاحة في خمس لغات الإنجليزية، الفرنسية، الأسبانية، الألمانية، واليابانية. إنها تقدم خدماتها إلى أكثر من ٢٦٠,٠٠٠ مستخدم، في أكثر من ١٢٥ بلداً. يقدم تليفزيون Bloomberg قمة ٥٠ قصة إخبارية رئيسية، كل نصف ساعة، على مدى ٢٤ ساعة يومياً.

Bloomberg دخلت متأخرة دائرة عمل خدمات الفيديو والخدمات السلوكية العالمية. ولكنها جاءت في التوقيت الأكثر ملاءمة. مع التوسع في قنوات الكابل، وخاصة كل الأخبار، والانترنت، قد وجدت Bloomberg السوق مستعدة، وأنها متميزة بصورة حيوية. كانت الشركة بخدماتها المتنوعة، ومع التركيز الاقتصادي الواضح متاحة للعملاء المقيمين تقريباً بصفة خاصة في البلدان المحورية وشبه الهامشية. عندما تصبح البلدان الهامشية مزدهرة اقتصادياً، ومتفاعلة أكثر تكراراً مع المشروعات القائمة في البلدان المحورية،

سوف يكون الاكتتاب في أنشطة Bloomberge له معنى، وخاصة بالنسبة للحكومات وقادة دوائر الأعمال.

داو جونز & الشركة

أسست داوجونز & الشركة (DJC) في عام ١٨٨٢، وقد كانت الشركة التي تصدر صحيفة دائرة الأعمال العالمية الشهيرة The Wall Street Journal منذ ١٨٨٩. ومنذ عام ٢٠٠٧ قد أصبحت جزءاً من News Corp. تصدر DJC أيضاً مجلات مالية رئيسة مثل Barron's وذلك منذ ١٩٢١. تشرف DJC أيضاً على سلسلة صحف مدينة "أوتاوا" مع ١٩ صحيفة يومية، ١٥ أسبوعية في US. مع توجهها المالي تتنافس داو جونز مباشرة مع Bloomberg ورويترز حول العملاء من الشركات والحكومات. على الجانب الإلكتروني، لدى داو جونز للأخبار السلوكية أكثر من مليون مشترك عالمياً. أيضاً تمتلك داو جونز أكثر من نصف CNBC أوروبا، و CNBC آسيا. في عام ١٩٩٩ اشتركت داو جونز مع رويترز لإنشاء خدمة عالمية تفاعلية إلكترونية جديدة لتوفير المعلومات اللازمة للشركات والعملاء المهنيين.

أخيراً، داو جونز مشهورة بالرقم القياسي "متوسط داو جونز الصناعي" (DJIA) الذي أنشئ في ١٨٩٦. يظهر DJIA عالمياً في الصحف والمجلات، وعلى برامج دوائر الأعمال على الراديو التلفزيون. أيضاً أحدث DJIA واحدة من أكبر التغييرات في تاريخ الشركة؛ ١٠٣ عام. أصلاً، فقط أسهم بورصة نيويورك كانت ضمن ٣٠ سهماً هي التي تشكل مؤشر DJIA. الآن، أصبح لسوق أسهم بورصة شيكاغو بعض الشركات تدخل في حساب مؤشر DJIA. في عام ١٩٩١ التحقت شركة والت ديزني بالمؤشر حيث سقطت شركة الحديد والصلب الأمريكية. التحقت GE بالمؤشر في ١٩٢٨. شركات مثل: جوجل News Corp, Viacom, Time Warner ليست ضمن المؤشر أو أي وكالة إعلانية.

حالياً DJIA ٢٠٠٩ من الأسهم الممتازة (٣٠ شركة): منها 3M, Alcoa, Cisco, AT&T, Boeing, IBM Systems, Dupont, ExxonMobil, Wal-Mart, Johnson&Johnson وشركات أخرى. يعكس DJIA التحول في اقتصاد US من المجتمع الصناعي إلى المجتمع عالي التكنولوجيا، ومجتمع المعلومات ووسائل الإعلام. كل الشركات الثلاثين لها أنشطة عالمية لافتة، وكلها أصحاب مصلحة أساسية في الاقتصاد العالمي. من المحتمل أن كل تغيرات الدورة الجديدة سوف تشهد شركات إضافية قائمة على المعلومات كما هو الحال مع جوجل، سوف تضاف إلى المؤشر.

وكالة أخبار Xinhua

هذه شركة أخبار صينية رائدة متكاملة. إنها تناضل من أجل دور عالمي عن طريق توصيل خدمات وسائل الإعلام إلى مناطق الصين خلال المطبوعات والانترنت، وأيضاً الإعلان online، وحلول web في كل أنحاء آسيا. أنشئت Xinhua في عام ١٩٣١، وهي وكالة الدولة للأخبار، لجمهورية الصين الشعبية. إن مقرها في بكين وتشغيل عدداً كبيراً من مكاتبها في الصين وعالمياً. تستخدم Xinhua أكثر من 7,000 صحفي الذين يكتبون تقاريرهم حول شئون الصين والعالم. إنها تصدر العديد من الدوريات، لديها مجموعة علاقات عامة، وتشرف على مدرسة للصحافة. Xinhua خاضعة لإشراف صارم ومراقبة من مسؤولين كبار في الحكومة الصينية. Xinhua، مشهورة بمقالاتها المملة التي تتفادى أي نقد يمكن أن يوجه إلى المسؤولين في الحكومة الصينية، وكل الأخبار الأجنبية والتي يمكن أن تتاح إلى دور النشر والإذاعات الصينية يجب أن تمر أولاً على المترجمين والمحررين في Xinhua. بالإضافة إلى المنتجات المطبوعة تتحرك Xinhua إلى أنشطة الانترنت، ولكن لا يزال محتواها ممل، وخاضع بشدة للرقابة.

خدمات Inter Press (الصحافة الدولية)

بدأت خدمات الصحافة الدولية (IPS) في عام ١٩٦٤ بواسطة Rober to Savi في روما. لقد أصبحت IPS وكالة أخبار رئيسية، ولقد تطورت إلى نظام مبتكر في مجال الإعلام فيما بين الثقافات. تعمل الوكالة بطريقة مختلفة عن خدمات الأخبار العالمية الأخرى، وذلك بتدعيم التدفق الأفقي للأخبار على أساس تعاوني فيما بين الدول النامية. إنها أيضاً، توزع معلومات عن عملاتها في الدول النامية إلى الدول الصناعية. IPS، وكالة عالمية، وليس اتحاد للصحفيين من أجل الربح، كما أن آخرين في حقل الصحافة يهدفون إلى وضع استراتيجية إعلامية عالمية. تسعى تلك الاستراتيجية إلى أن تجمع معاً الجمعيات المدنية، واضعي السياسات، ووسائل الإعلام القومية والعالمية.

تتفق عمليات تشغيل IPS مع أخبار IPS، اتصال IPS الإعلامي عن بعد، ومشروعات IPS. خدمة أخبار IPS، وحدة أخبار سلكية عالمية مستقلة. تقدم الاتصالات الإعلامية عن بعد الخدمة التقنية للارتقاء بالبنية التحتية للإعلام والمعلومات في الدول النامية. مشروعات IPS أنشئت من أجل تصميم، إدارة، وكتابة التقرير عن المشروعات في حقول التدريب، المعلومات والتغيير، وزيادة وعي الجمهور ووسائل الإعلام بأهمية الموضوعات العالمية. أيضاً IPS لها ارتباطات مع المنظمات غير الحكومية (NGOs). إلى حد كبير، قد حققت المنظمات غير الحكومية اعترافاً واسعاً بعملها مع الفقراء والمضطهدين. قد تطورت NGOs على أنها آليات مهمة وفاعلة بصورة متزايدة داخل مجتمعات معينة، والتي توجد أساساً في البلدان الهامشية.

قد طورت IPS والمنظمات غير الحكومية استراتيجية للتعاون في القرن الحادي والعشرين. تتكون الاستراتيجية من خمسة أهداف أساسية:

١- أن تكون آليات نشيطة ومفيدة لتوفير حلقات وصل تربط بين NGOs من الجنوب (غالباً، البلدان الهامشية)، ومن الشمال؛

٢- تحديد شركاء ملائمين من بين NGOs في الجنوب، ونظرائهم في الشمال التي يمكن أن تساعد كمنظمات على تقوية كتابة تقارير IPS حول الاعتماد على الذات، وأسس التنمية؛

٣- استخدام NGOs في الجنوب كمصادر متميزة للأخبار، وتقديم إلى وسائل الإعلام في الشمال، وبتث المعلومات ذات المصلحة بالمنظمات غير الحكومية الشمالية إلى الجنوب؛

٤- التعاون مع NGOs من الجنوب في تقديم الخدمات التي يمكن أن تحسن وجودها في الشمال؛

٥- لتقديم ندوات للمناقشة المشتركة بين NGOs وIPS تتناول الإدارة، الموظفين، والصحفيين حول الطرق المبتكرة لكتابة التقارير بصورة متطورة ومن منظور القاعدة الأساسية لأداء هذه الوظيفة المهمة - كتابة التقارير.

شبكة من الصحفيين في أكثر من ١٠٠ دولة تدعم IPS من خلال حلقات ربط الإعلام عبر القمر الصناعي بحوالي 1,000 منفذ. يضاف إلى ذلك، لدى IPS مراكز تحريرية في المناطق المختلفة تعمل في أفريقيا، آسيا، أوروبا، أمريكا اللاتينية، وأمريكا الشمالية. أكثر من ٢٥٠ صحفي يغطون أكثر من ١٠٠ بلد، يوفر خدمات المعلومات والأخبار لأكثر من 1,000 عميل. اليوم، لدى IPS ثلثا المرسلين في البلدان الهامشية والذين يعتبرون مواطنين في البلدان التي يعملون بها. تركز IPS أخبارها على الأحداث والعمليات العالمية التي تؤثر على تطور الأفراد والبلدان اقتصادياً، اجتماعياً، وسياسياً. تنظر IPS إلى تقاريرها على أنها أكثر من أخبار، والتي تعتبر أخباراً "طارئة" أو سلبية؛ تركز قصصها الإخبارية على موضوعات مثل الفجوة بين الأغنياء والفقراء، مفاوضات التجارة الدولية، حقوق الإنسان، اللاجئين، أنماط الهجرة الدولية، الصراع والمحافظة على السلام، حماية البيئة والتنمية المستدامة، موضوعات السكان، أزمات الديون العالمية. تصل تقارير أخبار خدمة IPS الدولية إلى المشتركين عبر القمر الصناعي. هذه الخدمات متاحة خلال تسهيلات الكمبيوتر online، قواعد البيانات الإلكترونية، والنشرات الإخبارية المطبوعة.

تتضمن منتجات IPS الإصدارات، النشرات، والأعمدة المطبوعة، والاتصالات الإعلامية عن بعد. إنها تشغل خمس صحف تحت إشراف قسم الإصدارات المطبوعة. **Terra Viva Conference Daily**، خلاصة صحيفة مستقلة تنشر أثناء مؤتمرات UN الأساسية مثل "قمة الغذاء العالمي" في عام ١٩٩٦ في روما. **Terra Viva Europe Daily Journal**، ينتج لدى UN في نيويورك. تتضمن المحتويات اختيار يومي عبر الفاكس له أهمية خاصة من رؤية IPS تستهدف هوائياً صناع السياسة ومتخذي القرارات. **G-77 Journal** ينشر من أجل مجموعة البلدان النامية (٧٧) داخل نظام UN. "ملاح IPS"، حزمة من ١٠ ملاح IPS، وعلى الأخص تقارير وأعمدة ترسل عبر البريد الإلكتروني إلى العملاء في منطقة المحيط الهادي. التنمية الريفية نشرة شهرية ينتجها IPS. النشرة الأفريقية نشرة أسبوعية. تتضمن الأخبار والمعلومات التي تجيء في النشرات، التطورات، المخدرات، حقوق الإنسان، الأديان، البيئة، الاستثمار، الطاقة، السكان، والترفيه، التكنولوجيا. وتكامل أمريكا اللاتينية. المنتج الأخير الذي تقدمه IPS يتمثل في ناقل الاتصالات الإعلامية. ناقل معلومات دولية إلى منظمات متعددة الأغراض.

اختصاراً، تمثل IPS نموذجاً للصحافة المتطورة. إنها تسعى إلى إخبار التنمية الإيجابية من وبين البلدان الهامشية. IPS قد أوجدت تحالفاً مع NGOs، وقد عملت المنظمات معاً لمساعدة الدول الهامشية.

الاستنتاجات

تعمل وكالات الأخبار العالمية الرئيسة في بيئة عالية التنافس. على أساس يومي، تتنافس AP مع رويترز، وإلى حد ما مع Bloomberg، داو جونز، وAFP. الخدمات الجديدة مع التركيز المالي، نجد أن Bloomberg، وأيضاً داو جونز تبدو أنها في حالة ازدهار، بينما تاريخياً الشركات ذات الخدمات العريضة مثل UPI وحتى IP يبدو أنها تمر بأزمات تنظيمية ومالية.

الخدمات الأساسية كلها قائمة في البلدان المحورية الصناعية، مع شبكة مكاتب كثيفة في البلدان المحورية، وتقريباً في كل البلدان شبه الهامشية. الآن الولايات المتحدة الأمريكية موطناً للشركتين الرائدتين في مجال خدمات الأخبار: AP وأيضاً طومسون رويترز.

يخترق الاستعمار الإلكتروني الخدمات السلكية، التي بصورة مباشرة أو غير مباشرة تركز على تدعيم قيم كتابة التقارير الإخبارية. الصحفيون، المحررون، والإدارة، تقريباً كلهم خريجو جامعات النخبة، يتقنون بصورة رائعة اللغة الإنجليزية ويحصلون على مرتبات لافتة. هذه المجموعة ليست ممن يروجون لثورة أو يتشككون في الهيكل الاقتصادي الخاص بالاقتصاد العالمي الذي يزودهم، ويزود أسرهم، وشركاتهم بمستقبل مالي يتسم بالسخاء والرفاهية.

على الرغم من أن الخدمات السلكية كانت من اللاعبين الأساسيين في الأيام الأولى لمناقشات NWICO، فإن هذه الشركات تتجاهل الآن تماماً المناقشات وحالات القلق التي عبرت عنها البلدان الهامشية أو النقاد الأكاديميين من البلدان المحورية. إنهم يشجعون الآن أسلوب حياتهم، ويركزون على البلدان شبه الهامشية لكي تصبح عملاء المستقبل من أجل توسيع نطاق ومجال خدماتهم المربحة.