

إهداء

عندما فرغت من كتابي الإذاعات الدولية رأيت أن أهديه إلى شخصية ساهمت بنصيب وافر في نهضة وسائل الإعلام بمصر . ولما كنت قد عاصرت الإعلام من قبل الثورة حتى هذه الأيام وعملت مع موجهي الإعلام من وزراء وغيرهم ، لم أجد غير الرجل الذي بذل العرق والجهد من أجل رفعة الإعلام المصري ، وخاض معارك إعلامية لا تقل شراسة عن المعارك الحربية ، لم أجد غير الدكتور محمد عبد القادر حاتم الذي ترك بصماته على الإعلام خلال عدوان ١٩٥٦ عندما أنشأ الإذاعات السرية ضد قوات المعتدين وجمع الصور التي تدل على تعذيبهم للأهالي المدنيين وما أنزلوه من أضرار بالمنشآت المدنية ، لم أجد غير الذي وصلت في عهده الإذاعات الدولية الصادرة من مصر إلى المرتبة الثانية من بين الدول ، أليس هو الذي احتضن البرنامج السواحلي الثاني الذي قال عنه الدكتور شارلز هيل وزير الاستعلامات البريطاني في مذكرة خاصة تحت عنوان نشاط إذاعات القاهرة «إن إذاعة القاهرة دائمة النشاط تتدفق مادتها ليس فقط باللغة العربية بل وباللغتين السواحلية والصومالية ، كما شكره وزير الداخلية في حكومة الإقليم الشمالى في نيجيريا ، إذ أعلن أن برنامج الهاوسا من القاهرة كان من العوامل الرئيسية التي ساعدت على الاستقلال ، ويكفيه فخراً أن الحكومة البريطانية اعتمدت ١٣ مليون جنيه لتعزيز دعايتها في شرق أفريقيا عن طريق الصور المغرية والكتب والمجلات حتى تنصرف شعوب القرن الأفريق عن سماع القاهرة ، كما أشارت التاييمز إلى أن (الإذاعات الشرقية لا تعتبر عاملاً يعتد به حالياً في الشرق الأوسط وشرق أفريقيا ، لكن إذاعة القاهرة دائمة النشاط تتدفق منها الدعاية ليس فقط باللغة العربية بل باللغات الأفريقية) والفضل في ذلك يرجع لك أنت . لعل بعض هذه المعلومات التي أشرت إليها جديدة على بعض الناس ، ولكن ما ليس هو جديد معرفتهم أنك تبنيت دار الإذاعة والتليفزيون ، وأنتك باشرت بنفسك تشغيل التليفزيون فظهر في ٢٢ يوليو ١٩٦٠ قبل إتمام بنائه كما وعدت . وفي هذا الإهداء لن أشير إلى أن القاهرة كانت تملك ولا تزال أكبر محطات إذاعة في الشرق الأوسط ، وكانت تذيع بأربعة وثلاثين لغة في إعلامها الخارجي ، ولكني أود أن

أسجل على الرغم من تركك وزارة الإعلام أنك كنت رائدًا في وضع حجر الأساس في صناعة الإلكترونيات ، ألا تذكر كيف كانت «كولدير» ومصانع بنها وشركة التلفزيون بمصر القديمة والمصاييح والبطاريات وغيرها فروعًا من الهندسة الإذاعية ؟ ثم ألا تذكر في مجال الثقافة أنك أقمت لأول مرة المسارح التليفزيونية والمكتبات ودور العرض ودور الثقافة وغيرها . لقد أنشأت وكالة أنباء الشرق الأوسط بعد أن كانت أنباء مصر يسيطر عليها أحد الإنجليز كرئيس لوكالة الأنباء العربية في عام ١٩٥٥ .

وأخيرًا ألا تذكر معركة ١٩٧٣ واللجنة التي كنت ترأسها ووضعت خطة الإعلام لما هو قبل المعركة ولما هو أثناء المعركة ولما هو بعد المعركة ، وكيف أننا أوقفنا التشويش على إذاعات إسرائيل حتى يظهر كذبتها من صدقها ، ثم ألا تذكر كيف منعت جميع الأخبار الخاصة بالقوات المسلحة قبل المعركة ؟ وكنت تقلل وأنت تعرف الحقيقة من خسائر العدو حتى إذا وقع في المخطط واجهته بخسائره الحقيقية ؟ لقد كسبت من وراء هذه السياسة ثقة الشعب والأمة العربية والعالم أجمع . لكل ذلك أهديك كتابي «الإعلام الدولي» .

أحمد طاهر

المقدمة

الإذاعة هي الوسيلة الوحيدة من وسائل الاتصال الجماهيرية التي لا يمكن إيقافها إيقافاً كلياً وفعالا ، فهي تصل إلى أنحاء العالم المختلفة في نفس الوقت ، وتحمل رسالة الدولة المصدرة للشعب المستقبل لها ، ولا شك أن هذه الصفة التي تتميز بها الإذاعة تلعب دوراً هاماً في الاتصال الدولي بحق . كما تجعلها تحتل مركزاً يعتبر بحق سلاحاً مرهفاً في المجال الدولي . والكلمة المطبوعة ليست سهلة التوزيع أو التداول ، ولا تصل بذاتها كاملة للقارئ بل تخضع لمقص الرقيب . . أما التليفزيون فلا يزال داخل نطاقه القومي وإن يكن المستقبل يشر بإمكان وصول الإشارة المرئية عن طريق الأقمار الصناعية مباشرة إلى جهاز الاستقبال وبدون تدخل من الدولة المستقبلية ، ومازال العلماء يبحثون فيما هذه الإمكانية مؤملين تحقيقها . أما السينما فلها تأثيرها ، ويكفي أن نشير إلى أن المخابرات الأمريكية عندما وزعت فيلم جريتا جاربو « نيوتشكا » في الأماكن الحساسة سياسياً في إيطاليا قبل انتخابات سنة ١٩٤٨ تمكنت من تحويل عدد كبير من الناخبين عن الحزب الشيوعي ، وماكانت تستطيع ذلك بأية وسيلة أخرى من وسائل الاتصال الجماهيرية . . والأفلام وإن تكن وسيلة هامة من وسائل الاتصال الجماهيرية أو سيلا من سبل الدعاية الفعالة ، فإنها تشبه الصحف والكتب من ناحية خضوعها لمقص الرقيب . . . والإعلام عن طريق الإذاعة لا يعنى بيع سلعة من السلع ، فتأثيره أعمق وأوسع وأشمل من الإعلان .

كانت الإذاعة في العشرينيات والثلاثينيات شيئاً جديداً لم يعتده الناس ، وكانت تحوطها المبالغات والتصورات القائمة على غير أساس ، سواء في ألمانيا أو أمريكا أو بريطانيا ، فقد كان الرسميون وغير الرسميين يظنون أن الكلمة المذاعة لها تأثير سحري في عقول الناس وراح البعض يعلن في بريطانيا أن الإذاعة إنما هي وسيلة جبارة ، بل أعظم الوسائل للتأثير في توجيه الناس وسلوكهم على أن النازيين كانوا أول من استخدم الإذاعة استخداماً علمياً تقريباً ، باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام واعتبروها مكملة لرسالة وزارة الخارجية ، بل ظنوا أنها من الممكن أن تحل محل الدبلوماسية الأجنبية .

وعندما نشبت الحرب العالمية الثانية ظهرت الإذاعة على حقيقتها ، وكشفت الحرب عن

قدرتها وحدودها كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية ، وكانت الحرب محك اختبار لنظريات الحرب النفسية أوفاعلية الدعاية البيضاء « الملونة » بالمقارنة بالدعاية السوداء « السرية » . والواقع أن الحرب قد خبرت الوسيطتين : السرية والعلنية واستخدمتهما استخداماً كلياً في كل مناسبة صالحة بل بصورة عدوانية . . وراحت الإذاعة الألمانية والبريطانية تحارب كل منهما الأخرى ، سواء عن طريق الصدق أو الكذب ، في أيام النصر أو الهزيمة معرضة كل منها لدعايتها لأن توصف بالثقافة والسذاجة أو النفاق والكذب ، كل ذلك من أجل بناء سمعة طيبة لها أو كسب ثقة الجماهير في المدى الطويل ، كذلك أقامت الدعاية الأمريكية والسوفيتية عن طريق إذاعتيهما أغطاً خاصة التصقت بهما منذ نهاية الحرب حتى الآن ، وقد التزمتا بنحط وسط في دعايتهما ، هو الدفاع عن مبادئها الأيدولوجية سواء الشيوعية أو الديمقراطية . ولقد صمدت صور الإعلام الدولي عن طريق الإذاعة أمام اختبارات الزمن ، إذ استطاع الإعلام عن طريق الإذاعة أن يأتي بنتائج لم تستطع وسائل الإعلام الأخرى تحقيقها ، سواء من ناحية استئالة الشعوب أوفى مجالات التعليم أو التثقيف أو الإثارة ، فالإذاعة تستطيع أن تطرح الأخبار وردود فعلها عبر العالم بطريقة أسرع وأجدى من أية وسيلة أخرى ، بل تستطيع أن تنقل أصوات الجماهير في غضبهم وفرحهم وأصوات الأحداث ، كما تستطيع أن تعيد تسجيل البلاغات والخطب السياسية والرسائل والبيانات ، والتلفزيون يكمل هذا الوضع بإضافة الصورة إلى الكلمة إذا ما وجد الفيلم المناسب ، بل يستطيع التلفزيون أن يقدم لنا المشاهد المثيرة كهبوط الإنسان على القمر ، كما يقوى الكلمة ويدعمها بالصورة ، ولكن يجب ألا ننسى أن الإذاعة كانت أولى وسائل الاتصال في عبور الحدود القومية ، حاملة الأخبار والبيانات كما هي أو كما شاء لها المحرر مع تجديداتها يوماً إثر يوم ، وفي الدول التي يقوم فيها الرقيب بالتخدد من تغطية الأنباء المحلية نجد الإذاعة الدولية أو الإذاعة الأجنبية المصدر الرئيسي للقسم الأعظم من المعلومات لدى هذه الدول ، فتتقل إليها الأحداث التي تقع في الداخل والخارج ، وتحاول أن تغفل داخل المجتمع المغلق الذي يخضع أبنائه للرقابة . . والإذاعة كوسيلة من وسائل الاستئالة تتميز ببعض الامتيازات النفسية إذا قورنت بوسائل الاتصال الأخرى ، وهذه الامتيازات أظهر ما تكون قبل ظهور التلفزيون وهي لا تزال عملية حتى بعد ظهوره ، لأن الكلمة المطبوعة تستهدف العقل دون العاطفة ، إذ إن القارئ يعمل بعقله أكثر من عاطفته ، في حين يستخدم المستمع عاطفته وعقله معاً . ولقد استخدمت ألمانيا الإذاعة

كوسيلة لإثارة المشاعر الجماهيرية الجارفة ، وليس هناك من سبب يجعلنا نفترض أن الإذاعة لن تصبح مرة أخرى نفس السلاح الذى كان يستخدم فى أيام ألمانيا النازية ، إذا تبيأت لها الظروف المناسبة بمعنى أنها تستطيع الآن أن تثير الشك والريبة ، أو أن تقدم ما يُشبع نهم المستمع للمعلومات ، والدليل على ذلك أنه فى بعض الأحداث القريبة العهد - التى اشتد فيها النزاع - لعب الراديو دوراً هاماً جداً كما حدث قبل استقلال الجزائر ، ونيجيريا وكينيا والملايو فى إثارة الشعور القومى ضد الاحتلال ، فمن ناحية دعا صوت العرب ، وصوت أفريقيا من القاهرة إلى حرب مقدسة من أجل الاستقلال كذلك دعت إذاعة أوروبا الحرة - وهى تتبع المخابرات الأمريكية - المجرمين إلى الثورة فأخذوا ينظفون ضد الاتحاد السوفيتى فى عام ١٩٥٦ قتل الاعتداء الثلاثى على مصر .

ومن ناحية أخرى نشير إلى أن فى استطاعة المستمع أن يخلق جهاز الراديو ، أو أن يتحول من محطة إلى أخرى إلا إذا كانت الإذاعة منقولة عن طريق ميكروفونات عامة كتلك التى توجد فى الميادين . ولما كانت الكلمة المنطوقة فى الإذاعة هى بنت لحظتها ، فإن ما تذيعه الإذاعة لا يكون قابلاً للتصحيح أو التكذيب إلا عن طريق المصادر الرسمية العليا التى تعلم ببواطن الأمور ، والتى تهتم بإصدار مثل هذا التصحيح أو التكذيب ، ولهذا كان التكرار فى الإذاعة من الوسائل التى تستخدم فى تثبيت المعلومات لدى الشعب . . أضف إلى ذلك أننا نجد فى الدول الديكتاتورية أو المجتمعات المغلقة للإذاعة ميزات جمة غير ما ذكرت . . فى ألمانيا النازية كان الاستماع لحظة أجنبية رمزاً لحق الفرد فى تكوين رأيه الشخصى بنفسه وكان الخبر المذاع من مصدر أجنبى بالنسبة لهذا الشخص مقرباً إلى قلبه وفكره يترقبه فى لهفة وشوق . والحق أنه أينما وجد الرقيب يصبح الاستماع للمحطات الأجنبية عملية هامة ومشوقة ، والواقع أن المستمع عندما يحاول بسبب الرقابة النقاط محطة أجنبية عن قصد يكون قد هبأنفسه ليستوعب كل كلمة تقولها هذه المحطة ، فيصدقها حتى وإن كانت مخالفة لما تذيعه محطته الأهلية .

وعملية التشويش - وهى شكل من أشكال الرقابة - لا تطمس الإذاعة طمساً كاملاً فتجعلها غير مسموعة على الإطلاق ، أو هى تمنع المستمع من البحث عن موجة أخرى لنفس المحطة للاستماع إليها بل يعمل التشويش على تشجيع الاستماع ، سواء أكان جزئياً أم كلياً . فقد يجد المستمع نفسه مَسْوقاً إلى تغيير مكان استماعه بأن يذهب إلى قرب سطح مائى أو خارج

المدينة ليستمع إلى المحطة التي تقوم دولته بالتشويش عليها ، ومع ذلك فهناك عوائق طبيعية تقف في طريق الموجة القصيرة وتسبب إشكالا عمليا وجديا لرجال الإذاعة . . فتحس نعلم أن غالبية البرامج الدولية تنقلها موجات قصيرة تنتقل من الأرض إلى السماء ثم ترتد إلى الأرض . . وهكذا ، حتى تلتف بالكرة الأرضية بأكملها في ثانية أو جزء من الثانية ، ولكن هناك ثغوب عجيبة في الطبقة الأيونية التي تقوم بعكس الموجات الأثيرية إلى الأرض ، وهناك العواصف الكهربائية والتيارات المغناطيسية والبقع الشمسية ، وغيرها وغيرها مما يحد من سماع أقوى الإشارات اللاسلكية أو يجعلها خليطاً عجيباً من أصوات غير مفهومة ، أو ضوضاء تلاشي ثم تظهر كما كان يحدث في تجارب ماركوني الأولى ، أما الموجة المتوسطة وهي أنقى من الموجة القصيرة في نقل الإعلام الدولي - فهي تنقل إلى مسافات أقل ، ومن ثم يعتمد الإعلام الدولي عن طريقها على سلسلة من محطات النقل أو أجهزة الإرسال . وهذه السلسلة من المحطات والأجهزة ليست فقط غالية الثمن كبيرة التكاليف ، بل تعتمد على المودة السياسية للدول التي تسمح بإقامتها على أرضها ، ومن ذلك صوت أمريكا الذي كان يمتلك محطة متوسطة في العراق قبل ثورة سنة ١٩٥٨ . وعندما كان الأمريكيان في أشد الحاجة إليها رأت الحكومة العراقية إيقافها . وهناك تداخل وشوشة من مصادر مختلفة ، ويكفي أن نشير إلى أننا عندما نحاول التقاط صوت القاهرة أو صوت أمريكا أو لندن أو موسكو نجد محطات أخرى غير مطلوبة تتداخل مع الموجة التي نبحث عنها ، والسبب في ذلك أن هذه المحطات تذيع على موجات قريبة من الموجات التي نريدها ، بشكل يجعل تداخلها أمراً محتماً ، فحيز الموجات أصبح الآن مزدحماً كل الازدحام ، حتى إن الهيئات الدولية لا تجد فائدة في مساعدتها من أجل تنظيم استخدام الحيزات الأثيرية ، مما جعل الإذاعة على الموجتين القصيرة والمتوسطة غير واضحة وهذا التشويش الناتج عن ازدحام حيز الترددات مشكلة عامة أكثر منه عملية مقصودة للتأثير في إذاعة دولة من الدول . وعادة الاستماع نادرة في بعض البلاد ، مثل بريطانيا وأمريكا الشمالية ، كما أن المستمعين عادة لا يعرفون كل المحطات الأجنبية حتى يمكن القول بأنه لو كان هناك عدد من النامس يعرف عن يقين عدد الصحف الوطنية أو عدد قنوات التلفزيون وموجات الإذاعة المحلية التي يمكن التقاطها فإنهم لا يدرون أن هناك مئات من محطات الإذاعة الدولية التي يستطيعون التقاط موجاتها ، سواء في الحيزات المعتمدة أو الحيزات غير المعتمدة . . والبريطانيون والأمريكان قد لا يهتمون بالحصول على أجهزة تعمل على الموجات القصيرة قدر

اهتمام غيرهم من الشعوب ، وحتى إذا اهتموا بالحصول على مثل هذه الأجهزة فإنهم أقل الشعوب اهتماماً بالاستماع إلى الموجات القصيرة ، وقد يعود السبب إلى أنهم يفتقدون عنصر حب الاستطلاع.. ولعل راديو لوكسمبورج الذى يذيع الموسيقى الراقصة كوسيلة لاستمالة المستمعين من الشباب إلى الاستماع للإعلانات هو المحطة الأجنبية الوحيدة التى لها مستمعون كثيرون فى بريطانيا ، أما فى الولايات المتحدة ، فقد نجد عدداً قليلاً من الناس يستمع إلى الإذاعة الأجنبية الراقية كرد فعل للإذاعات التجارية الرخيصة التى تملأ الأثير الأمريكى . كما أن هناك عدداً من الناس يستمع إلى إذاعة موسكو ليستمد منها القوة السياسية .

والإذاعات التى تأتينا عبر الحدود هى شكل من أشكال الاتصال الجماهيرى ، ويكفى أن نشير إلى أن عدد المستمعين على الموجة القصيرة فى العالم يقدر اليوم بنحو ٩٠ مليون نسمة . . كما أن عدد محطات الإرسال فى العالم ارتفع من ٣٨٥ محطة إرسال على الموجة القصيرة فى عام ١٩٥٠ ، إلى ١٣٦٥ فى عام ١٩٧٢ إلى ١٧٦٢ فى عام ١٩٧٥ ، منها حوالى ٢٠٠ محطة قوة كل منها ٢٠٠ كيلوات أو أكثر ، وهناك حوالى ٩٠ مليون جهاز استقبال فى العالم (انظر الملحق ١) أى بمعدل جهاز استقبال لكل أربعة أشخاص ، سواء من الرجال أو الإناث أو الأطفال . ويبلغ عدد أجهزة الاستقبال التى تضم الموجة القصيرة حوالى ثلث هذا العدد . . . وفى عام ١٩٣٩ كانت هناك (٢٧) دولة تذيع برامج دولية ، ثم ارتفع هذا العدد عام ١٩٤٥ إلى ٥٥ دولة ، ثم ارتفع مرة أخرى إلى أكثر من مائة دولة ، حتى أصبح لا توجد فى عام ١٩٧٥ دولة واحدة يعتد بها إلا وتملك محطة موجهة . . والواقع أن الكثير من المحطات الجديدة قد ظهرت فى السبعينيات مثل البرازيل . وشيلي ، وزامبيا ، وأوغندا ، ذلك إلى جانب المحطات الدينية العديدة ، أو المحطات السرية ، أو الرماذية أى نصف السرية التى تعمل فى العالم من أقصاه إلى أقصاه . والدول التى تمتلك برامج موجهة تتوسع دائماً فى إذاعاتها الدولية (انظر الملحق ب) حتى بلغت ساعات الإرسال حوالى ١٧ ألف ساعة فى الأسبوع ، وتذيع الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتى والصين حوالى ثلثها ، ولا يشمل هذا العدد البرامج المحلية التى تذاع على الموجات القصيرة مثل البرنامج العام من القاهرة .

ومحطات الإرسال على الموجات القصيرة تعتبر من وجهة نظر البعض محطات كالية ، وكأنها قصر من الرخام ، ونفقات إنشاء هذه المحطات لا يمكن أن تقارن بنفقات إنشاء التلفزيون . . فالإذاعة زهيدة التكاليف من ناحية الأجهزة الفنية ويمكنها أن تقدم عائداً كبيراً

على هيئة برامج تعليمية واجتماعية يرغم قلة تكاليفها . كما أن تقوية محطات الإرسال المتوسطة لتعبر الحدود المجاورة ، وإن يكن محدود النطاق فهو قليل التكاليف حتى في بلد صغير نسبياً ، ومن المعروف أن الإذاعة من الناحية البرنامجية سهلة وزهيدة التكاليف ، فهي تستطيع أن تستخدم أشرطة سبق تسجيلها في محطات أخرى ، أو مواد مأخوذة من البرامج المحلية أو من برامج موجهة أخرى ، أى أن ثمرة الإذاعة أسرع مثلاً في النواحي التعليمية والاجتماعية من التلفزيون الذى تعوقه النظم الفنية المختلفة زد على ذلك سوء استخدام الوسيلة مثل تعديل الكلام بحيث يوافق الصور المتاحة وليس العكس .. وكل هذه الأسباب تعوق انتشار التلفزيون في المجال الدولى ، بل تعوق تعاون التلفزيونات دولياً ، حتى لو كانت هناك اتفاقيات حكومية أو دولية ، مثل الاتفاق بين تلفزيون أوروبا الغربية وتلفزيون أوروبا الشرقية . ومن خصائص الإذاعة أنها تتغلغل إلى أفراد المجتمع ككل وهيئات الإذاعة السبع الدولية التى تأسست في رأس القائمة من الصين الشعبية إلى ألبانيا تهتم كل الاهتمام بالوصول إلى المستمعين في الدول التى لا توافق حكوماتها على استماع شعوبها إلى المحطات الأجنبية . فالإعلام الدولى سلاح دبلوماسى ، بل هو سلاح عسكرى مساعد ، وعلى أقل تقدير هو ورقة يمكن التفاوض واللعب بها ، فقد كانت الإذاعة من الأوراق التى لعب بها الروس والأمريكان للوصول إلى اتفاق الوفاق بين روسيا والولايات المتحدة . ولا غرو ، فالإذاعات الدولية تخلق رأياً عاماً يستطيع أن يناقش ويجادل أصحاب الراى الديكتاتورى أو الفردى الذى يدعى لنفسه حق حيازة مصادر الأخبار والمعلومات ، ولقد قدمت لنا ألمانيا في الحرب العالمية الثانية نماذج للإذاعات الدولية ، ووضعت أهدافاً أصبحت معروفة لدينا وخلقت نموذجاً للدعاية الدبلوماسية لا يستطيع إذاعى أن يدعى لنفسه هذه الصفة بدون أن يدرسه حتى برغم إحجام الدول منذ عام ١٩٤٥ وحتى الآن عن استغلال هذه الوسيلة الجماهيرية في أهداف عسكرية أو سياسية عدوانية .

ولقد نشرت هيئة اليونسكو تقريراً عن الإعلام الدولى جاء فيه « يبدو أن هناك اتفاقاً عاماً بين الدول على أن أهداف الإذاعات الدولية هى تقديم أفضل صورة من صور الثقافة القومية والأخبار القومية للدولة المصدرة للإذاعة ، وتقديم الأخبار العالمية تقديماً إيجابياً ، وتفسير وجهة نظر الدولة المصدرة للإذاعة في المسائل الدولية الهامة وتعزيز التفاهم الدولى » . ويفسر لنا أحد العلماء في شىء من التحفظ طبيعة الإذاعة باعتبارها أمضى سلاح يمس

الروح والفكر فيقول : إن المحرك الأول في عقد الاتفاقيات الدولية في شأن استخدام الراديو لم يكن مجرد البحث عن المثل العليا بل المنفعة الذاتية . . فهي أساس الحقيقة التي كتبها دستوفسكي في عام ١٨٨٠ ، من أن العالم أخذ يتجه نحو الاتحاد ، ونحو تكوين مناخ صحي بتقلبه على المسافات التي تفصل بعضه بعضاً ، وباستخدام وسائل لنقل الأفكار عبر الأثير ، ولكن للأسف لا ثقة هناك ولا أمل في قيام مثل هذا التقارب بين الشعوب ، ولقد كان دستوفسكي أكثر دقة في تصويره من ماركوني مبتكر التلفزيون اللاسلكي .

ولا يجب علينا أن نتهم الدعاية بأنها السبب في عدم وجود سلام على الأرض ، فنحن إذا أخذنا الإيجائيات مع السليبات نجد النتائج النهائية لجهاز الإذاعة أميل إلى الهدم منها إلى البناء ، ونعني بالهدم عوامل الرجعية ، وبالبناء القوى التقدمية . . وأرجو أن أفسر ذلك تفسيراً سياسياً في الفصول التالية .

ونحن إذا عممنا نجد أن الإذاعة في أساسها هدامة في شكلها الصريح الرسمي ، فإذا أخذنا مثلاً راديو أوروبا الحرة التابع لأمريكا أو إذاعة موسكو ، أو إذاعة صوت جنوب إفريقيا ، بل إذا أخذنا الإذاعة المصرية ، أو أية دعاية بالراديو - نجد أنها موجهة في الواقع إلى العوامل المناهضة لها ، وهنا يجب أن نميز بين الدول المناهضة الباغية مثل الدول الاستعمارية التي كانت الإذاعة المصرية عنصراً من عناصر تعظيمها ، وبين الدول الأخرى التي تتراشق بالأيديولوجيات . . وغالبية البرامج الدولية صادرة من دول تميل سياستها الخارجية إلى الخط من سياسة غيرها ، أو إلى إخفاء نفورها من الأيديولوجيات الأجنبية مثل أسبانيا . . وهناك أيضاً حروب أثيرة كتلك التي شهدتها الهند الصينية وكوريا ، والشرق الأوسط ، وأفريقيا الجنوبية وغيرها . . كذلك نشير إلى أن جميع المحطات السرية ومحطات الدعاية السوداء هي محطات هدامة ، أما بالنسبة للإذاعات التي تشرف عليها الحكومات بدون أن تتجه وجهة عدائية مثل البرامج الدولية من اليابان أو البرازيل فتجد فكرة الهدم متصلة بأفكار غامضة ، تدور حول الإعلانات ونشرات الأخبار ، ونشر الثقافة وتعزيز الاقتصاد وهكذا ، وهي أهداف لا نستطيع أن نقول إنها واضحة تماماً .

والدعاية الأمريكية قوة لا يُستهان بها ، وهي في نظر الكثيرين تمثل نموذجاً للدعاية الكلية . . تبدأ بالأقمار الصناعية وتنتهي إلى الإعلانات الخاصة بالمشروبات والسجائر وغيرها ، وهي أفعوان إمبريالي يتمثل في الدعاية الإذاعية الصريحة الصادرة عن المحطات الأمريكية في غرب

أوروبا ، والتي تستهدف الاتحاد السوفيتي وأوروبا الشرقية مثل صوت أمريكا وأوروبا الحرة . .
وهذا الأفعوان ليس بالثعبان المسالم ، والواقع أن راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة يختلفان قليلا
عن صوت أمريكا ، برغم أنها جميعها صادرة عن هيئات أمريكية . فهاتان المحطتان الموحودتان
في ميونخ تستخدمان المهاجرين من أبناء أوروبا الشرقية الذين يعملون تحت إشراف أمريكيين ،
هدف خلق برامج عامة تنافس برامج الدول المستهدفة ، ويقصد إضعاف قبضة الحكومات
الشيوعية وتسلطها على الرأي العام ، أما من الناحية الرسمية فوجد هدف المخطتين
المذكورتين «راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة» تعزيز الديمقراطية ، بمعنى تحرير الشعوب الروسية
وشعوب أوروبا الشرقية من الاضطهاد الشيوعي ، وفي نفس الوقت - كما هو حادث في
السنوات الأخيرة - تجنبان إثارة الدعوة إلى الثورة أو القيام بأعمال غير شرعية ، أو إثارة
الشغب ، وعلى الرغم مما يدعيه رؤساء هاتين المحطتين فإن سياستها هي مناهضة الشيوعية بطرق
غير مباشرة ، ولا يرضون بغير تغيير الوضع السياسي في الدول المستهدفة .

وإذاعة صوت أمريكا تميل بعض الشيء إلى اتباع سياسة الإذاعة البريطانية ، بحيث قد
يحد المستمع شيئاً من الغموض في تحديد أهدافها ، ولا يمكن أن تدعى إحداها أنها بريئة من
السعي لتحقيق أهداف خاصة ، مثل إحداث تغيير سياسي ، فهذا يسعيان - دون أن يفصحا
عن وجهها - للتدخل في الشؤون الداخلية للدول المستهدفة تحت ستار المناذاة بمبدأ انتقال
المعلومات والأخبار انتقالاً حراً ، والخلاف بين إذاعة صوت أمريكا والإذاعة البريطانية بسيط
للغاية ، فالأولى نجدها تتأثر بصورة ملحّة على تصدير فكر الغرب في الحرية أو ما يسمونه
بالحرية ، في حين تعمل الثانية بطريقة يقن المستمع أنها متوازنة ، إذ هي تضم الأخبار المؤيدة
إلى جانب الأخبار المعارضة ، وهي في ضمها وجهتي النظر تحاول أن تبني سمعة بين المستمعين
بأنها محطة يعتمد عليها ولا تقول غير الصدق .

والخط الذي تسير عليه الإذاعة البريطانية في دعايتها هو الإقلاق - كل الإقلاق - من
عنصر الدعاية في البرامج الخارجية ، مع مخاطبة العقل دون العاطفة ، وقد لخص أحد المتابعين
للإذاعة البريطانية تأثير هذا الخط الدعائي على الاتصال الدولي فقال : هناك ما يحملنا على
الاعتقاد بأن الدعاية تمر بمرحلة هامة في تاريخها هي مرحلة التأكيد على الحقائق ، مع طرح
الهوس والتشنجات والتشككات والذم والقدح جانباً ، ومما لا شك فيه أن الإذاعة البريطانية
في اتباعها هذا الخط الدعائي تعتمد على رصيد سابق من الثقة بها ، نتيجة تحول أحداث

الحرب العالمية الثانية في صالحها .

والواقع أن التشنجات والشتائم لا تزال صفة كثير من الإذاعات الدولية ، من ليبيا إلى كوريا ، غير أن الدول العظمى بدأت تنأى في إذاعاتها الرسمية عن استخدام القبح والدعاية السامة التي كانت سائدة في أوروبا في الحرب العالمية الثانية ، ولا يعنى ذلك أن الإذاعة البريطانية تختلف عن أى إذاعة أخرى في هدفها ، وهو التأثير على تفكير المستمعين الأجانب واستمالتهم للمبادئ السياسية التي تنادى بها ، وكل ما فى الأمر أن وسيلة هذه الإذاعة هي أقلها عدواناً وتهجماً مع ارتداء ثوب الحرية والاعتدال والديمقراطية البرلمانية ، إذ إن أفضل الطرق لتعزير مبدأ من المبادئ هي الطرق المعتدلة ، القائمة على الحرية ، وهي تلجأ إلى استمالة المستمع للأيدولوجية البريطانية ، ولكن بطريقة ملساء رفيقة ، أما الدول الأخرى التي تحاول أن تبيع أيدولوجيتها - مثل الاتحاد السوفيتي - فتتظر إلى الإذاعة البريطانية باحتقار ، وتصنفها بالنفاق والمكر والدهاء . ومن ثم نجد في الحقيقة برامج الإذاعة البريطانية هدامة بالنسبة للاتحاد السوفيتي كما كانت هدامة ولا تزال بالنسبة لقضية الشرق الأوسط ، فهي غالباً ما تبيع وجهة النظر الإسرائيلية في صيغ ملساء رفيقة وجذابة ، والإذاعة البريطانية في عرضها القيم السياسية والطبقية تصورها بشكل محب للنفس ، الأمر الذي يجعل مهمة الحزب الشيوعي في أى بلد غاية في الصعوبة وفي بعض الأحيان مستحيلة . وهذه الإذاعة تدعى أنها لا تبشر الدعاية ، ولكنها في الواقع تمثل جانباً قصياً من ألوان الدعاية ، فهي ترفض فكرة العاطفة أو الضمير ، وتنادى بالدعاية العلمية التي تعتبر بالنسبة لها كتاباً مفتوحاً لا يمكن أن يخطئه المرء ، والإذاعة البريطانية في هذا الخصوص ، وفي الوقت الحاضر ، تختلف عن الدعاية الألمانية في الحرب العالمية الماضية ، والتي كانت تتجه إلى المشاعر والعاطفة إلى جانب إيراد بعض الحقائق . . . والواقع أن النازية هي التي ابتكرت فن الدعاية العلمية أو التخطيط الكامل للدعاية بالراديو ، فهي التي أدركت قدرات الراديو الجبارة بشكل يفوق إدراك أعدائها ، كما أنها استخدمت الإذاعة بصورة عجز أعداؤها عن استخدامها لها ، وفي سنوات ما بعد الحرب تعلم رجال الدعاية في مختلف أنحاء العالم الدروس التي وعها الألمان والبريطانيون ، والخطط التي ابتكروها وأخذوا يطبقونها لأهداف جديدة . . . ففي الشرق الأوسط استخدمت الإذاعة كسلاح عسكري مساعد في فترة الحرب بين العرب وإسرائيل ، مثلاً استخدمها البريطانيون والألمان في الحرب العالمية الماضية ، ودرس رجال الإعلام الدعاية كجزء من تكنولوجيا الحرب ، فكانت

الإذاعة هي صاحبة الفضل الأكبر في امتداد تيار الوطنية بين كثير من الدول العربية . . ولقد لعبت القاهرة دوراً ممتازاً في هذا المجال ، ومن النتائج الفرعية أن أصبحت عادة الاستماع للمحطات المحلية والأجنبية ، الحكومية وغير الحكومية « السرية » في الشرق الأوسط - منتشرة انتشاراً كبيراً ، لا يعادله شيء في أى بقعة من العالم .

والدعاية فن وعلم مثل السياسة تماماً ، وقد يرى بعض الناس في ذلك خطراً أكبر . لأنها تهتم بفنون الاستمالة وليس بالتحرى العلمى الدقيق ، كما أنها عنصر له قيمته في زمن الحرب ، وسلاح خطير في زمن السلم ، قد يحد من تقدم الإنسان .

إننا نعلم أن الحياة تتطلب التدافع ، كما نعلم أن المجتمع في أية دولة لا يقوم على طبقة واحدة ، بل على طبقات تتنازع وتتدافع ، وأن لكل طبقة أو فئة اجتماعية عواطفها ومشاعرها فهي وحدة متكاملة متعاونة ، ولا توجد فئة اجتماعية مسالمة على طول الخط ، إذ هي تنازع فئات أخرى في المجتمع الذى تعيش فيه ، والدعاية هنا تهدف إلى تحطيم ضمير فئة اجتماعية مع تعزيز الفئة التى تقوم بالدعاية .

وليس هناك أخطر من المواجهة الدولية غير الخط من كرامة شعب ، أو المماس بالدين أو التشكك فيها ، بمعنى أن الدعاية الصحيحة تقضى بترك الشعوب تطور نفسها بنفسها ، وبطريقتها الخاصة ، إلا إذا كانت تعادى بعضها بعضاً معاداة إيجابية فعلية ، والمشكلة الحقيقية أن تحطيم أيولوجية شعب أمر خرافى لا يمكن أن يتحقق عن طريق الدعاية ، ومن ثم راحت الشعوب تحاول فيما بينها أن تستميل بعضها بعضاً لتتبع منهاجها الاجتماعى أو السياسى . أو على الأقل لتعديل طريقها في الحياة بعض الشيء .

ومن السهل التعرف على الدعاية بالإذاعة ولا سيما في النواحي السياسية ، ويمكننا تمييزها كما نميز الفيلم الكوميدي من الرواية أو الإعلان . والدعاية التى توجه إلى الخارج إنما يلتقطها مستمعون هم على استعداد لتقبلها . . ويرى البعض أن الدعاية إذا لم تُعزَّز بالضغط المباشر تكون أشبه بمخبطة عشواء في الظلام ، أو كما قال أحد رجال الدعاية الأمريكين : « إذا ما انتهت وسائل الاستمالة إلى إيجابية وجب علينا أن ننسب ذلك إلى الحظ وليس إلى العلم ، فرجل الدعاية لا يستطيع أن يتحكم في مسار رسالته أو تقويتها إذا ما قدر لهذه الرسالة أن تصل إلى هدفها » .

ويرى البعض أن الدعاية كلما كانت أكثر تطرفاً اشتد خطرها في إثارة النفوس ، في حين

يرى البعض الآخر أن الدعاية عملية غير منتجة ، أو هي عملية شكلية ، وكتب البروفسير هاكسلي البريطاني يقول : إن رجل الدعاية هو الذى يستطيع أن يحدد مسار التيار الفكرى من رأى العام القائم فعلا ، فإذا كانت الأرض التى يعمل فيها صماء كان نشاطه مُجدياً ، وهذا الرأى يناقض أساليب الإعلان التى تحاول إثارة الرأى العام ، وخلق وحدة فكرية بين أناس ما كانوا يدركون أن لهم نفس المشارب ، ويرى البعض أن الإنسان القابل للاستمالة هو الذى تنجح معه الاستمالة حتى لو كانت الرسالة المعروضة ضمنية فالدعاية تأتى عادة بطائفة معينة من الأفكار تقابلها مجموعات عديدة من الفكر المناهض كان من الممكن أن يميل الناس إليها بنفس القدر إذا كانوا على استعداد لتقبلها ، ونلاحظ أن الحكومات كثيراً ما تهمل نتائج الدعاية إذا ما ضربت على الوتر الحساس فى الوقت المناسب والظرف المناسب تستطيع أن تخلق ثورة فى البلد ، أو أن تحدث تغييراً جذرياً ، فهي تحفز على العنف والتخبط والتدمير بإثارة العواطف وإن لم تنجح فى غالبية الأوقات فى استيفاء مطالب الحكومات الأجنبية ، أى لا تستطيع أن تقلل من تأثير الحكومة الوطنية على الشعب الذى تحكمه .

وقد تكون الدعاية قوة محافظة ، ونخص بالذكر دعاية البمين ، فهي لا تنادى أو تحض على الإثارة والعدوان ، بل تحاول إبقاء الوضع على ما هو عليه خدمة لمصالح البمينين ، ومن ذلك نرى أن الإذاعات الدولية الصادرة عن جنوب أفريقيا تحاول أن تحجب المستمع أو تستميله إلى قبول سياسة التفرقة العنصرية عن طريق حَصّه على المثابرة على رفض قبول أى تغيير ، وقد تكون الدعاية قوة محافظة إذا أقبل المستمعون الذين يميلون إلى طبيعة رسالة المخطط المحافظة على ما تذيعه بدون أن يتحولوا إلى محطة أخرى ، وهناك أقلية صغيرة من الناس تحاول أن تستمع أطول وقت ممكن للمحطات المعارضة أو المعادية وتقبل عليها ، والسبب أنه لا رأى لهذه الأقلية ، أو أنها ترغب فى تغيير رأياها والانضمام إلى الرأى المعارض أو المعادى ، ومن ثم نجد الذين يميلون للشيوعية يحركون مؤشر الراديو نحو محطة موسكو ، والذين يميلون إلى تعاليم ماوتسى تونج أو الشيوعية الصينية يديرون المؤشر نحو بكين ، أما غير الاشتراكيين أو المناهضين للشيوعية ، سواء فى الاتحاد السوفيتى أو فى أية دولة أخرى ، فهم يحاولون أن يجدوا محطة بديلة عن برنامجهم العام الذى يتحكم فيه الحزب الحاكم . . وهناك حقيقة معروفة وهى أن مستمعى الموجات الدولية فى المجتمعات المغلقة أكثر عدداً من مستمعيها فى المجتمعات المفتوحة إن تسرت لهم إمكانات الاستماع ، وإن عدد غير المتزمين أو المشككين فى المجتمعات المغلقة

أكبر منه في المجتمعات المفتوحة ، ولكن لا يعنى ذلك بالضرورة زيادة في نسبة عدد المستمعين الكلية للموجات الدولية « الخارجية » .

ويمكننا أن نستطرد من ذلك إلى أن عدد مستمعي الموجات الدولية محدود بصفة عامة ، خاصة إذا كانت هذه الموجات صادرة من دول الدرجة الثانية فأقل ، أما إذا كانت هناك حروب محلية أو توتر سياسى بين دولة وأخرى كبيرة أو صغيرة ، فإن هذا التوتر يصبح وقوداً لمعارك جدلية ، بل لحروب سيكولوجية ، مثل الحروب الأثرية التي تميزت بها وأواخر الثلاثينيات ثم الستينيات ، حتى أن الكثيرين من رجال الدعاية أمام التجربة التي خاضتها الإذاعة في الحرب العالمية الثانية أصبحوا يميلون إلى الاعتقاد بأن الدعاية ليست العصا السحرية التي تصورها أسلافهم بعد الحرب العالمية الأولى ، إذ يدركون حدود الدعاية ووظيفتها في كل مجتمع من المجتمعات ، أو في كل موقف من المواقف ، ولكن يبدو أن الإنسان كثير النسيان ، وأن رجال الدعاية في الدولتين العظميين أدركوا فعلاً ما هي عليه من قصور ، ومالها من حدود خلال الحرب الباردة ، وغدوا يميلون نحو استخدام المعلومات وطرق الاستمالة العلمية بدلاً من التهريج والتكرار الممل الذي كان من مميزات الدعاية فيما مضى ، وهذا الإدراك لا يقلل من أهمية الدعاية الإذاعية ، بل يزيد من قدر الدعاية طويلة المدى ، أو الصراع الممتد بين الأيدولوجيات المتصارعة ، ولقد اكتشف الأمريكيون والروس أهمية الرأي العام الدولى وسلموا بأنه ما من دولة تستطيع أن تتجاهل أثر سياستها الخارجية ، ليس على اندول أو الشعوب التي تمسها مباشرة ، بل على الرأي العام الدولى بصفة عامة ، ولعل العالم في هذا الخصوص أشبه ما يكون بقرية ممتدة من الشرق إلى الغرب ، ولعل تصميم كل دولة على أن يكون لها إذاعة دولية انعكاس لهذه الحقيقة تقديراً منها لأهمية الرأي العام العالمى ، ولكن المشكلة هي في تدفق المعلومات عن طريق محطات الإذاعة ، إذ يتميز هذا التدفق بعدم المساواة ، بمعنى أن الروس مثلاً يشكون من أنهم ضحية دعاية معادية زائفة ، كما أن الدول الصغيرة والفقيرة من دول العالم الثالث تشكون من أن صوتها الضعيف لا يستطيع أن يعلو إلى جانب أصوات الدول القوية ، التي تمتلك من الترددات ما تستطيع به أن تغمر موجات العالم الثالث وتطمسها .

والرأى الصحيح أن الشكوى من تدفق المعلومات من جانب واحد شكوى متزنة وصحيحة ، نظراً لأن إمكانيات دول العالم الثالث لا تستطيع أن تقف أمام إمكانيات الدول

الكبرى ، ومن ثم كانت أخبارها أبعد ما تكون عن التداول حتى بين الدول المتجاورة ، بسبب تحكم وكالات الأنباء الكبرى ، وعدم وجود وكالات وطنية تستطيع أن تنقل أخبار الدول الصغرى ، كذلك نجد الشكوى من عدم تدفق المعلومات الصحيحة بالنسبة للمجتمعات المحكومة حكماً ديمقراطياً ، والتي يتحكم الرقيب في الأنباء المذاعة داخلها ، ولعل الولايات المتحدة أكبر مصدر للمعلومات بمعناها الواسع ، إذ تدفق منها المعلومات على العالم الثالث بسبب تعدد ما تملك من وكالات الأنباء ، علماً بأن جميع الدول الكبرى تحاول أن تصدر أنظمتها السياسية ومعلوماتها الإخبارية للدول الأخرى . وسوف يستمر العالم الثالث ينظر إلى الإذاعات الدولية ، خاصة تلك الصادرة من الدول العظمى كصيغة من صيغ الاستعمار ، ذلك إلى أن يعتدل ميزان تدفق الأنباء بين الدول الكبرى والدول الصغرى .

وما لا شك فيه أن الإذاعات الكبرى بما تملك من إمكانيات تستطيع أن ترسل مكانيتها إلى مختلف أرجاء المعمورة ، الأمر الذى يؤكد في الوقت الحاضر أن الإذاعات الكبيرة سوف تستمر في طمسها صوت الإذاعات الصغيرة ، ولكن هناك فئة من الموظفين سوف تصل إليهم أصوات هذه الإذاعات ، وبالتالي إلى الحكومات التابعين لها ، وأعني بهم هؤلاء الموظفين الذين يستمعون للمحطات الأجنبية . ولا أغالى إن قلت إن كثيراً من الإذاعات الدولية قد قامت بإسماع صوتها هؤلاء المستمعين المحترفين ، فمن طريقهم تعلم الحكومات بوجهة نظر الدولة المصدرة للإذاعة ، وإن يكن بصفة غير رسمية ، ويعمل المستمعون المحترفون على توصيل نداءاتهم للسلطات المختلفة التى قد تهب أو لا تهب لمساعدتهم . كذلك تستطيع أية محطة سرية صغيرة أن تصل إلى أسماع العالم إذا كانت الرسائل التى تبثها على درجة من الأهمية . ومن مصادر الأخبار الرئيسية العالمية الرسائل المرسلة عن طريق الراديو ، فهى أسرع طريق ، بل هو أحياناً الطريق الوحيد . فالدعاية والإذاعة الدولية صنوان لا يفترقان ، كما أنها سلاح من أسلحة الدبلوماسية الحديثة لا تستطيع أية حكومة أن تهمله ، برغم أن الشعوب الأنجلو سكسونية لا تميل كثيراً إلى الاستماع إلى الإذاعات الخارجية .

والإذاعة الدولية على وجه العموم تخضع خضوعاً مباشراً للحكومات التابعة لها . بل هى صوت هذه الحكومات ، وما تذيبه إن لم يكن رسمياً مائة في المائة ، فهو شبه رسمى ، وقد يتساءل البعض عن حقيقة الإذاعة البريطانية وما تدعيه من استقلال عن الحكومة ، ولكن الواقع غير ذلك ، فهى في إذاعاتها الخارجية تستعين بالجهات الحكومية المسئولة كل فيما

بخصه ، وأن تكون حرة في عملية الصياغة ، بشرط أن لا تخرج عن سياسة وزارة الخارجية ، ونحن عندما نذكر الإذاعة البريطانية نشير إليها باعتبارها نموذجاً لكثير من الإذاعات الأخرى ، خاصة في الدول التي كانت تستعمرها ، ويكفي أن نشير إلى ما قاله سير هيو جرين مدير الإذاعة البريطانية السابق . . قال : « إن التزامنا الإيجابي في بث المعلومات المطلوبة هو وسيلة لنجعل المستمعين يتقبلون وجهة نظرنا في الأحداث » .

والإذاعة البريطانية كنموذج تختلف في دعايتها عن الإذاعة الأمريكية أو الروسية أو الإذاعة الألمانية ، وسوف نبحت هذه النماذج الأربعة للدعاية من نواحيها التكتيكية والأهداف والتأثير ، وبعد ذلك سنبحث كيف تأثرت معارك الدعاية بهذه النماذج المختلفة ، مع بيان الوظائف الرئيسية للإذاعات الدولية ، ثم نشير في النهاية إلى آثار الدعاية الإذاعية في ضوء نجاح المحطات العديدة وفشلها في مختلف أنحاء العالم .

أحمد طاهر

أمين عام اتحاد الإذاعة والتلفزيون (سابقاً)

أستاذ زائر بكلية الإعلام (سابقاً)

المشرف الفني على معهد تدريب الإذاعيين الأفارقة بوزارة الإعلام المصرية

عضو مجلس إدارة معهد الدراسات والبحوث الأفريقية (سابقاً)