

## البَابُ الأولُ

### الفصل الأول

#### الإذاعة الألمانية

في عام ١٩٣٣ تولى الحزب النازي مقاليد الحكم في ألمانيا ، وكانت الإذاعة في ذلك الحين ابتكاراً جديداً ، وإن كانت قد جربت بعض الشيء خلال الحرب العالمية الأولى بمعرفة الحلفاء وألمانيا نفسها ، واقتصرت تجربتها هذه على التجسس والتخاير والاتصال بالدول المحايدة عبر مناطق القتال ، ولكنها لم تستخدم في الدعاية الاستخدام المناسب بوصفها أمضى الأسلحة السيكلوجية ، وكان الحلفاء والألمان قد استغلوا الإذاعة في الحرب العالمية الأولى بعض الاستغلال ، فمن ناحية الألمان كانوا يرسلون الإذاعات المنتظمة إلى هواة والمواهب لهم في الدول المحايدة ، وكانت الإذاعة تشمل الأخبار والتعليقات ، وكان استخدام الحلفاء لها في مجال الدعاية أقوى من استخدام الألمان ، حتى اعتقد هؤلاء بأن هذه الدعاية كانت السبب في خسارتهم الحرب العالمية الأولى ، ولعل أول حرب أثرية تلك التي قامت بين الألمان وفرنسا خلال غزو الزهر حوالي عام ١٩٢٣ ، أي قبل وصول النازيين إلى الحكم بعشر سنوات .

ويكفي تدليلاً على أهمية الدعاية عن طريق الراديو أن نشير إلى أن يوجين هدم وبسكي رئيس الإذاعة الألمانية سابقاً كتب يقول : « إننا نهجى كلمة راديو مع وضع ثلاث علامات تعجب . . فالإذاعة تمتلك قوة لا مثيل لها تبلغ حد الإعجاز ، فهي أقوى سلاح للروح يفتح القلوب ، ولا يقف عند الحدود ، ولا يهتم بالأبواب الموصدة ، أو الأنهر ، أو القنوات ، أو الجبال ، أو المستنقعات ، أو البحار ، أو البحيرات ، فهو يتخطى العواقب إلى القلب والعقل » . وقد أشار هتلر في كتابه كفاحي إلى نفس الشيء . . فقال : « الإذاعة سلاح عظيم إذا تحكمت فيها أيدي قادرة بحيد استخدامها » وأعلن جوبلز في عام ١٩٣٣ أن الإذاعة سوف تتولى في القرن العشرين مهمة كالصحافة في القرن التاسع عشر .

ولو كان الإرسال التليفزيوني قائماً وتشد كوسيلة اتصال جماهيرية ، لكان جوبلز قد رحب بهذا الجهاز الذى أضاف الصورة إلى الصوت . . ولكن الحرب أوقفت تطور التليفزيون وتركزت الميدان للإذاعة تجول فيه وحيدة دون منافس .

والواقع أن الإذاعة كانت وسيلة من وسائل الدعاية ، فبرغم ما تميزت به من قوة الاستمالة فإنها كانت جزءاً من شبكة منظمة أحسن تنظيم في جهاز يرأسه وزير الدعاية الألمانية الذى كان يتحكم في كل وسيلة من وسائل الاتصال ، بل في تنظيم مهرجانات الحزب النازي واجتماعاته ، ورحلات السامعين ، بل في الآداب والفنون عامة ، وفي السينما والمسارح التى خلقت للترويج عن الناس ، كما كان يتحكم في الصحف والمصققات وقوافل الإعلام ، وما إلى ذلك ، حتى أصبحت الدعاية في عهده علماً جديداً ، وكان جوبلز يختبر العاملين في مجال الثقافة أو المجالات الأخرى التى تكون أنشطة الوزارة التى يرأسها ، وكان يختارهم ثم يقوم بتدريبهم تدريباً شاملاً عميقاً . . وغنى عن البيان أن العاملين في وزارة الثقافة الألمانية كانوا حتماً أعضاء في الحزب النازي . . كان جوبلز ينظر إلى الدعاية باعتبارها علماً حقيقياً وليس مجرد شعبة من علم الاجتماع ، وكان يجمع في الدعاية بين السياسة والخطابة والسيكولوجية أو علم النفس ، وكان من يتقدم لإذاعة حديث أو للاشتراك في برنامج يختبر صوتياً أمام الميكروفون بمعرفة لجنة إذاعية متفرعة من مجلس الرايخ الألمانى للإذاعة . . وكان المجلس يعطى الناجحين شهادة بصلاحياتهم ، ولا غرو أن اهتمت ألمانيا النازية كل هذا الاهتمام بالإذاعة بعد أن برهنت على فاعليتها عندما أثمرت نتيجة الاستفتاء في السار في ١٣ يناير سنة ١٩٣٥ عن فوز ساحق للألمان تحت إشراف دولي وضمانات لحرية الرأي ، وقد استخدم الألمان الإذاعة للبرهنة على أن فلسفتهم السياسية أصبحت عقيدة للشعب الألمانى ، ونجحوا بعد ذلك في استخدام الراديو كوسيلة هدم عند غزو النمسا في عام ١٩٣٨ دون استخدام القوات المسلحة ، لذا اضطر شوشينكو في ١١ مارس سنة ١٩٣٨ إلى قبول الإنذار الألمانى معلناً خضوعه للنازيين النمساويين الذين كانوا ينادون بانضمام النمسا إلى ألمانيا ، كل ذلك تم بفضل الدعاية على الموجات المتوسطة والطويلة ، الأمر الذى شجع الألمان على تعزيز محطاتهم على الموجات القصيرة التى بدعواها في عام ١٩٢٩ ولم تنتظم إلا في عام ١٩٣٣ عندما استولى النازيون على الحكم ، ثم توسعت ألمانيا في إذاعاتها الموجهة حتى شملت العالم ، وقد اتبع الألمان وسائل ناجحة في جذب المستمعين ، فكانوا يلاحقونهم بالخطابات والهدايا حتى ارتفع عدد الخطابات

من ٣٠٠٠ خطاب في عام ١٩٣٣ إلى ٥٠ ألف خطاب في عام ١٩٣٨ ، وقد برع الألمان في برامج ندوات المستمعين كل البراعة ، وهي تقوم على الرد على خطاباتهم واقتباس الفقرات الصالحة منها ، كما برعوا في برامج الألغاز ، وكانت هداياهم للمستمعين تتمثل في الأفلام والصور الفوتوغرافية وصور المذيعين والريف الألماني الجميل .. وكذلك اهتموا بنوادي الاستماع الجماعي بين الألمان المهاجرين ثم بين الأجانب . ومن بين البرامج الناجحة « تحية المستمع » ويقوم على الاحتفال بأعياد الميلاد أو الزواج أو إرسال التحية من الأصدقاء أو الأقارب في ألمانيا إلى ذويهم في الخارج ، والعكس كان يذاع في البرنامج المحلي ، ولقد نجح الألمان نجاحاً كبيراً في صيغ تفكير مستمعهم من الألمان في الخارج بالصيغة الألمانية النازية ، حتى أخذوا يرفضون الاستماع إلى المحطات الأجنبية الأخرى ، وراحوا يشرون بالنازية .. كذلك كانت الإذاعة الألمانية تهتم بالأمور المحلية التي تهتم المستمع الأجني ، مع ربطها بما يناسبها من بنود الفلسفة النازية ، بمعنى أن الإذاعة الألمانية اهتمت بتفكير المستمع الأجني وليس بمجرد لغته ، أي أنها كانت تعمل على تلوين البرامج بما يناسب كل منطقة وكل جماعة ، فكانت تحتفل بالأعياد المحلية ، وكانت تخصص البرامج للجماعات والنوادي والمدارس والجامعات ، بل كانت هناك برامج تدور حول الشخصيات المحبوبة مثل أبطال كرة القدم - إذا كانت هذه اللعبة محبوبة عند المستمع الأجني - كما هو الحال في البرازيل . وقد استخدم الرايخ الألماني أساليب الاسئلة المختلفة من بساطة الحجج والشعارات ، وإضفاء القوة والثقة على ما يذيعونه ، وإدخال البرامج الترفيهية والرابورتاجات ، وإذكاء النفرة بين أعدائها في أثناء الحرب ، وطمأنة الدول المحايدة ، والتخويف وإثارة مشاعر الكراهية ، كما اتبعت استراتيجية تعويضية وطرق البلبلة ، وذكر الفظائع وأساليب زيادة التأثير ، وأحياناً التوافق مع تفكير المستمع ، سواء من الناحية الثقافية أو السلوكية أو التاريخية أو الاجتماعية ، كما اتبعت أسلوب زيادة التأكيد ، أو تدمير الثقة حسب الأحوال ، وكان الألمان يعتقدون بوجوب توجيه الدعاية إلى الشعوب وليس إلى طبقة الصفوة ، واتخاذ ما يمكن اتخاذه لاكتساب أو تحييد الأعداء أو غير المتعاطفين ، وأعظم ما تميزت به الدعاية الألمانية في أواخر الثلاثينيات وأوائل الأربعينيات أنها كانت مخططة تخطيطاً دقيقاً ، كما كانت تلجأ دائماً إلى الهجوم وليس إلى الدفاع ، في حين كانت سياسة بريطانيا هي العكس ، ومما عمل على إنجاح الدعاية الألمانية انتصاراتها العسكرية في مستهل الحرب العالمية الثانية ، ومن ثم كانت

الإذاعة مؤيدة بنصر عسكري ساحق ، ولكن عندما بدأت العسكرية الألمانية في الأفول لم تستطع الدعاية الألمانية إنكار المعاذير المقبولة ، فسقطت كما سقطت الإذاعة البريطانية عندما فشلت في تبرير هزائم بريطانيا في مستهل الحرب العالمية الثانية ، وقد أخطأت كل منهما عندما حاولت إضفاء النصر على عمليات الانسحاب بوصفها انسحابات تكتيكية أو تقصير خصوط القويين . .

لقد اعتقد الألمان أن الدعاية هي فن إقناع السواد الأعظم والتأثير فيهم عن طريق الإيحاء ، وقد قال هتلر : إن تفهم السواد الأعظم من الشعب ومعرفة ما يفكر فيه وما يشعر به يؤدي بنا إلى السير في الطريق النفسى الصحيح نحو الوصول إلى قلب الشعب وجذب انتباهه . . وعملية تشكيل الرأى العام تعنى السيطرة على عقول السواد الأعظم من الشعب ، وللسيطرة على عقول الشعب يجب استخدام الدعاية كوسيلة للإقناع لا للإجبار ، وليس معنى ذلك أن الألمان لم يستخدموا القوة المسلحة كوسيلة لإقناع الشعوب المناهضة ، بل حدث هذا الأمر في بولندا ، وعلى كل فقد كان جويلز يرى أن الدعاية تستطيع أن تحول الفكرة المكروهة إلى فكرة محبة يدين بها الشعب ، وبالتالي يعتبر ذلك إنجازاً أيديولوجياً ، كما كان يرى أن للدعاية وظيفة هامة هي تعميق اعتقاد الشعب في النازية ، وبالتالي شل حركة المعارضة للفكرة النازية ، والخطأ الذى وقع فيه الألمان أنهم لم يفرقوا بين كل وظيفة وأخرى من وظائف الإذاعة في السلم والحرب ، إذ اعتبروا الدعاية في وقت الحرب امتداداً لسياسة الدولة في أيام السلم ، بمعنى أن الدعاية الجيدة في رأيهم هي التى تبدأ في أيام السلم وتستمر حتى نجحى الدولة ثمارها في أيام الحرب ، وأن الدعاية في أيام الحرب يجب أن تكون أشد تركيزاً وهجوماً من الدعاية في وقت السلم ، ويجب أن تكون استمراراً لها ، وبالفعل كانت استراتيجية الألمان تقوم على استمالة السواد الأعظم من الشعوب المحايدة ، وتحجيد الشعوب المعادية .

وكان النازيون يرون أن السواد الأعظم في أى شعب عبارة عن تجمع بدائى تحركه المشاعر والغريزة ، بعكس البريطانيين الذين لجأوا إلى العقل أكثر من العاطفة في غالبية الأحوال ، كذلك يرون أن السلوك الاجتماعى لا يتأق تلقائياً أو عشوائياً ، إذ إن الغريزة تعمل بقوة قوانين الطبيعة ، وهى قوانين ثابتة لا تتغير من مكان إلى مكان ، أو من قومية إلى قومية ، أو من حقبة زمنية إلى أخرى ، وهذا الافتراض الذى نادى به النازيون بأن الجماهير متشابهة قد أعطاهم ثقة في نفوسهم وفي نظريتهم الدعائية ، وأن نجاحهم في ألمانيا عن طريق الإذاعة سوف يتكرر مع

أى شعب آخر ، ولقد أدرك النازيون أن القوة وحدها لا تستطيع أن تتحكم في الجمهور ، وأن من العسير تحطيم شعب بأسره بالقوة ، وأن البديل الوحيد عن ذلك هو الاستمالة عن طريق الدعاية ، ومن ثم لجئوا إلى العاطفة لا إلى العقل ، لأن الجماهير في نظرهم أميل إلى العاطفة من العقل ، وكان مبدؤهم الأساسي أن الإقناع أو الاستمالة لا تجد أرضاً خصبة إلا إذا كانت مشاعر الشعب قد وصلت إلى حد من الإثارة ، ومن ثم استغلوا العواطف الإنسانية ومتطلبات الجماهير البعيدة المدى باعتبارها سهلة التحقيق لاستمالة الشعب ، ولعل أهم صفة تميزت بها الدعاية الألمانية هي الالتجاء إلى العقيدة ، فقد كانت في رأيهم المحرك الرئيسي لروح الإنسان ، وكان المحتوى الروحي لأية حملة دعائية هو الأساس ، وكان هتلر يقول : إن الشرط الأساسي لنجاح أى دعاية هو الاعتقاد الكامل بالفكرة والتشبث بها ، وإخلاص الزعماء والقادة لها ، وعلى رجل الدعاية عندما يقدم الفكرة أن يقدمها في بساطة بدون تعقيد حتى يستطيع عقل الشعب غير المدرب أن يتقبلها ويستوعبها ، وعلى رجل الدعاية أيضاً أن يقدم في كل فترة نقطة من النقط التي تقوم عليها الفكرة ، وأن يستبعد أى اضطراب أو خلط لها مع أفكار أخرى ومع التعصب للفكرة .

والواقع أن النازيين كانوا يفضلون الكلمة المسموعة على الكلمة المكتوبة . . باعتبارها وسيلة عاطفية للدعاية الإيجابية ، وأنها أكثر تأثيراً وأشد استجابة وأمس بشغاف القلب من الكلمة المكتوبة ، وأنها مباشرة وشخصية في نفس الوقت ، وكانوا يعتقدون أن البيئة النموذجية للإثارة تكون عن طريق الخطابة وتلون الصوت في الاجتماعات العامة ، وأن الإذاعة تأتي في درجة الأهمية بعد الاجتماعات العامة ، في حين كان روزفلت على النقيض من ذلك ، ينحصر نحو الكلام الطبيعي ، وكأنه يجالس المستمع نفسه وعمره ، ويتكلم معه بصورة يشعر المستمع معها أنه يجادته وحده ، وبالتالي كانت الدعاية الألمانية تتخذ الأساليب المختلفة لبناء جو خاص قبل خطاب هتلر سواء عن طريق ترك المستمع في السرداق ينتظر ، أو تهيئة بخطابات أخرى قبل هتلر تثير فيه العاطفة ، فيأق هتلر ليجد الجومهيثا ، أو عن طريق إثارة عاطفته إذا كان مستمعا للراديو عن طريق المارشات العسكرية . وكان الفكر النازي يعتبر الإذاعة وسيلة لتحقيق مآرب سياسية ، ومن ثم وجب أن تسيطر عليها الدولة ، ووجب على الإذاعة من ناحيتها أن تخدم أغراض الدولة ، وأن الإذاعة الحققة هي التي تقوم بأعمال الدعاية النازية ، وهي في ذلك أشبه ما تكون بالشيوعية ، على أن النازيين يفرقون بين الأهداف الأيدولوجية في دعايتهم

السياسية - أى الأهداف المذهبية - وبين الأهداف الثقافية للإذاعة ، وفي رأيهم أن الأهداف السياسية تعنى في الواقع الأهداف القومية ، وأن الأهداف الثقافية تعنى كشف التراث الثقافي والحضارى ، ومن ثم كان النازيون يستغلون الإذاعة في تنظيم أوقات الفراغ والدعاية للحزب الاشتراكي ، والنقطة الرئيسية هي أن الإذاعة كانت في نظرهم وسيلة لجعل النظريات الألمانية مفهومة في الخارج والداخل ، بمعنى أنها ملتزمة بأن تصحح ما يشوب الأيديولوجية النازية من شوائب خارجية ، وأن ترد على الهجمات المفرضة للإذاعات التي تهمن عليها اليهودية العالمية ، والتي تسمى دائماً إلى إثارة الحقد والهستيرية ضد ألمانيا ، كل ذلك دون أن تبشر بالأيديولوجية النازية ، أو تستميل الشعوب الخارجية إلى اعتناقها ، بعكس الإذاعات الشيوعية التي ترى أن من وظائفها التبشير والترويج للنظريات الشيوعية ، وكانت الإذاعة الألمانية في ردها على الإذاعات الأخرى تهتم بإظهار الإنجازات النازية في الداخل أكثر من الردود الفلسفية النظرية ، بل ادعت أنها أنشأت الإذاعات الأجنبية من أجل الدفاع عن نفسها ضد حملات الكراهية ولكن هذا التفسير لا يستقيم مع إنشاء الألمان إذاعات بلغات لم يكن أصحابها يهاجمون النظريات النازية مثل العربية ، ولعل إنشاءهم هذه الإذاعات كان بقصد النيل من الدول الاستعمارية عن طريق إضعاف مركزها في مناطق نفوذها .

ولقد تلونت استراتيجية الدعاية الألمانية حسب تصريفات الحروب من هزيمة ونصر ، فبلغت مثلاً إلى استراتيجية التطين في حملة السلام التي شنتها في أواخر الحملة البولندية تأكيداً لخطاب هتلر الذي نادى فيه باستعداده لاييقاف الحرب بعد انتهاء العملية البولندية ، على أن الإذاعة الألمانية وقفت موقفاً مؤسفاً من اعتداء روسيا على فنلندا ، فقد كان الألمان يساعدون هذه الدولة كل المساعدة قبل تحالفهم مع الروس ، وظهر أن حججهم في المسألة الفنلندية كانت أضعف ما تكون ، خاصة عندما أوشكت الحرب بين الروس وفنلندا على الانتهاء ، ومن ناحية السامية كان الألمان يستخدمون كراهية العالم لليهود كمبدأ وأسلوب ، فكانت مناهضة السامية حجر الأساس في الدعاية النازية عندما كانت تتكلم عن المبادئ والنظريات ، أو عندما كانت تستميل الشعوب الأخرى ، أو كما قال جوبلز في مذكراته بتاريخ ١٠ مايو سنة ١٩٤٣ « لا شك أن ميكروب كراهية السامية قائم وموجود في جميع أنحاء أوروبا ، ومن واجبنا أن نجعل هذا الميكروب نشيطاً .

وكان هتلر يعتقد أن كراهية السامية أمضى سلاح في ترسانة الدعاية النازية ، والواقع أنه

كان على حق ، خاصة بالنسبة لأوروبا ، حيث برع اليهود في خلق كراهية ممتدة لهم ، ولكن اعتقاد النازيين - تطبيقاً لنظريتهم : ما يصلح لشعب قد يصلح لشعب آخر - لم يكن ناجحاً عملياً . وأخفقت حملتهم ضد السامية في أمريكا ، وأنت بتأثير عكسية بسبب تحكم اليهود في وسائل الإعلام وفي مراكز المال والإعلانات ، وقد حاول النازيون أن يفرقوا بين أعدائهم ، فكانوا مثلاً يضربون الفرنسيين بالإنجليز ، والبولنديين بالإنجليز ، والإنجليز بالأمريكان أو العكس ، والحلفاء ضد الروس وهكذا ، وكانوا عندما يأسون من زعيم من الزعماء يحاولون تأليب الشعب ضده ، كما حدث مع روزفلت ، أو كما حدث مع تشرشل ، ولإبلاغ الرسالة إلى الشعوب المختلفة كان النازيون يلجأون إلى أساليب مختلفة تقوم على النظريات السيكولوجية ومنها التكرار ، دون أن يعيدوا نفس الشيء في صورته الأولى ، أى مع تعديل قالب الإذاعة ، أو بإضافة معلومات جديدة بقصد تعزيز حججهم ، وبحيث لا يستطيع الحلفاء تشييط عزيمتهم ، ويكفى أن نشير باختصار إلى مبادئ جوبلز لعنرف إلى أى حد اهتم الألمان بالدعاية . وهذه المبادئ مأخوذة من وثيقة نازية جمعتها السلطات الأمريكية عام ١٩٤٥ في ٦٨٠٠ صفحة ، أملاها جوبلز وزير الدعاية الألمانية على هيئة مذكرات وتلخص فيما يلي :

١ - يجب أن يطلع رجل الدعاية على مواد المخابرات الخاصة بالأحداث واتجاه الرأي العام .

٢ - يجب أن تخطط جهة واحدة للدعاية ، وأن تقوم هذه الجهة في نفس الوقت بالتنفيذ ، وهذا المبدأ يتفق مع مبدأ تركيز السلطة وتوحيد الرئاسة ، وكثيراً ما أكد جوبلز على كفاءة العمل بالجمع بين التخطيط والتنفيذ ، بمعنى خضوع الجهاز المخطط والجهاز المنفذ لسلطة واحدة تجمع بينهما . . ويجب أن تصدر التوجيهات من جهة واحدة فقط ، حتى لا يحدث تضارب ، وعلى جهة التخطيط تفصيل هذه التوجيهات في خطط تفصيلية ، ثم ترسلها للجهة التنفيذ ، وكان هتلر نفسه يقوم بإصدار التوجيهات ، ولما كانت طبيعة التوجيهات كلية وجب تفسيرها بما يناسب الخدمات اللغوية المختلفة تفسيراً يناسب المنطقة المستهدفة ، مع وجوب الاستقرار على تفسير واحد للسياسة الدعائية . ولإحكام تركيز السلطة يجب أن تشرف السلطة المركزية للدعاية على نشاط جميع الهيئات والوكالات التي تقوم بعملية الدعاية ، كوكالات الأنباء ، وإنتاج المواد الثقافية ، والمواد الترفيهية ، وغيرها .

٣ - يجب التكهّن بما قد تسفر عنه الأحداث عند وضع خطة العمل ، وقد ذهب جوبلز

في تطبيق هذا المبدأ إلى المطالبة بأن يكون مسئولاً عن المحاكمات التي جرت في فرنسا بدلاً من وزير العدل .

٤ - يجب أن تؤثر الدعاية في سياسة العدو وتصرفاته ، فالدعاية سلاح من أسلحة الحرب ، إذ تستطيع الحط من معنوية العدو ، وبالتالي تؤثر في سياسته وتصرفاته العسكرية .  
٥ - يجب أن تتوفر المعلومات العسكرية لرجال الدعاية ، حتى يمكن تنفيذ الحملات الدعاية ، نظراً لأن الدعاية تتطلب معلومات عسكرية وغير عسكرية ، على أن تكون غير متعارضة مع أمن الدولة أو أمن العمليات العسكرية .

٦ - يجب أن تثير الدعاية اهتمام المستمعين ، ولقد صرح جوبلز في هذا الشأن بأنه لم يكن يستطيع أن يصل إلى الشعب الروسي عن طريق الإذاعة ، إذ منع الكرملين الشعب الروسي من الاستماع إلى الإذاعات الدولية ، وقصر استماعه على المخططات المحلية بمصادرة أجهزة الاستقبال العادية ، وتركيب صناديق استماع في المنازل تلتقط فقط ما يرسل عن طريق الأسلاك من برامج محلية .

٧ - تصديق المستمع للرسالة يتوقف على قيام الرسالة على الحقيقة أو الكذب أو كليهما ، ولقد حاول أعداء هتلر من الساميين أن يسندوا إلى الدعاية الألمانية ما يشير إلى أنها التزمت بالكذب دائماً ، بل قالوا إن جوبلز وهتلر صرحا بأن الكذبة كلما كانت كبيرة كانت أدعى إلى التصديق ، والواقع أن الإذاعة الألمانية كانت أميل إلى توخي الحقيقة حتى لو أدى ذلك إلى تأخير إعلان الخبر ، وكان جوبلز ينادي بوجوب استخدام الحقائق كلما كان ذلك ممكناً حتى يتقن الناس في صدق جهازه الدعائي ، سواء في الإذاعات الداخلية أو الدولية .

أما عن الكذب فقد يكون سلاحاً مفيداً في بعض الأحوال ، وبشرط ألا يكشف ، ومن ذلك أن جوبلز أذاع أن الإنجليز والأمريكان بعد احتلال إيطاليا سيقومون بإلزام كل رجل في سن الجندي بالانخراط في الجيش ، وكانت النتيجة أن فضل الكثير من الطليان الرحيل إلى ألمانيا ، في حين أن الإذاعة البريطانية كثيراً ما التجأت إلى التويه ، خاصة بالنسبة للغارات الجوية كما سيأتي شرحه ، كذلك رفض جوبلز أن يعلن أن الجنرال رومل لم يكن في أفريقيا في الأيام الأخيرة من الحملة ، في حين أن الكثيرين كانوا يظنون أنه هناك ، وذلك لرفع من معنويات القوات العسكرية ، علماً بأنه كان يعلم بأن الحملة الأفريقية قد اقتربت نهايتها .  
٨ - دعاية العدو - هدفها ، ومحتواها ، وتأثيرها - وكشف النوايا وطبيعة الحملات

الدعاية المعادية تحدد ما إذا كان من الواجب أن تهمل أو يرد عليها ، وكان جوبلز يخشى تأثير دعاية العدو في الشعب الألماني نظراً لأن الألمان لم يتحولوا كلية إلى النازية ، وقد اعترف في عام ١٩٤٢ بأن الألمان أخذوا يستمعون مرة أخرى ، وبطريقة مركزة ، لدعاية العدو حتى بعد فرض عقوبة الإعدام على من يستمع لإذاعة العدو ، وكان جوبلز يحلل الدعاية ، فإذا ظهر له أن هدفها جر ألمانيا إلى الرد سكت ولم يرد ، ولاحظ أيضاً أن الدعاية الأمريكية والإنجليزية أخذت تنسب إلى روميل أنه ينبغي تحقيق أشياء معينة ، والواقع أنه لم يفكر فيها ، والغرض من ذلك أن يخرجوا بعد أسبوع ، أو بعد أسبوعين ، بنياً فشل روميل في تحقيق هذه الأهداف . فكان جوبلز لا يرد على مثل هذه الدعاية ، ومن ناحية أخرى إذا كان العدو يذيع أنباء ظاهرها الكذب وجب الرد ، وإذا شن العدو حملة غير مؤثرة تمتنع عن الرد ، فالرد في حد ذاته أو التفتيد يزيد في تداول هذه الحملة غير المؤثرة ، ويصبح دعاية إضافية لها ، أما إذا كانت دعاية العدو مؤثرة فلا بد من الرد عليها في الحال ، إذ يجب أن لا نسمح للعدو باكتساب أى نوع من الكرامة أو الأهمية ، ومن ثم يجب مهاجمة دعايته . وكان جوبلز يرى التزام الصمت إذا كان رده ضعيفاً لعدم وجود حقائق أو حجج مؤيدة له ، وأحياناً كان يقوم بتوجيه اتهامات مضادة مثل شرح فظائع البريطانيين في مصر أو الهند ، وتكثيف الدعاية ضد الشيوعية رداً على معاملته لليهود ، وكان يهتم بالتركيز على تفسير خطب هتلر أكثر من تفنيد نقد الأجانب لها . وكان جوبلز يعتقد بوجود استعراض أساليب العدو في الدعاية قبل الرد عليها ، فكان يمتنع مثلاً إذا كان الرد يقوم على تحويل الانتباه أو كان يضر بمواضيع مطروحة في الدعاية ، وكان يقول ليس هناك ضرورة أن يهتم الشخص بمواضيع جديدة ، أو بإشاعات العدو ، بل يجب الاهتمام فقط بالموضوع الرئيسي ، ومن ذلك أنه سمح في عام ١٩٤٣ للشيوعيين أن يطنطنوا بانتصاراتهم ، وكان غرضه من ذلك أن تؤثر هذه الدعاية في شعبه والشعوب المحايدة ، فيزداد خوفها وبغضها للروس ، فيتعاونون مع ألمانيا قلباً وقالباً .

٩ - التصديق والذكاء والآثار المحتملة ، كلها أمور تحدد لنا ما إذا كان الواجب يقضى بفرض الرقابة على مواد الدعاية .

وكان جوبلز يرى أن الأخبار سلاح حري ضد العدو وليس لتقديم معلومات ، وكان هذا القول يعتمد على ثلاث نقاط :

الأولى : إدراك جوبلز أن عملية التصديق قد يمسه الضرر إذا ما حذفت الرقابة خبراً

أوبعض الخبر، ومن واجب الدولة في أوقات التوتر والقلق أن تشفي غلة مواطنيها إلى الأخبار، وكان يرى من الضروري أن يتحدث هتلر بنفسه بين الحين والآخر ليعلم احقاقى برغم أنه كان يفضل الصمت، وهنا يجب أن نفرق بين الإعلام الداخلى والخارجى . وبالنسبة للإعلام الداخلى كان يرى أن من المسموح به خلق الأخبار الثانوية التى تناسب والاستهلاك الداخلى، أو تفسير الأخبار الأصلية تفسيراً يتمشى مع هذا الاستهلاك، بعكس الإعلام الخارجى، فيجب أن تطلق له حرية الإعلام مع نشر القصص والإشاعات المضارة بالعدو، أو المبالغة فيها، كما حدث في الحرب العالمية الثانية من ناحية المبالغة في غلظة السوفيت وسوء معاملتهم للإنسان، على أن تبسط هذه الأخبار بالنسبة للإعلام الداخلى حتى لا يخاف الناس الذين يحاربونهم، وكان جوبلز يقدر التأثير المنتظر للأخبار، ويقدر رد الفعل المناسب وغير المناسب، وعلى هدى تقديره يعالج الخبر نفسه، فإذا كان رد الفعل غير مناسب أو مناسباً، ولكنه لا يتمشى مع الاستراتيجية العامة حذف الخبر أو عدله، والواقع أن الأخبار التى حذفت كانت هى التى ستؤثر في معنوية الشعب الألماني، ومن بينها المناقشات والبيانات التى يصدرها وزراء دول محايدة أو محتملة وتكون معادية لألمانيا، أو تكون على هيئة تحذيرات بأن العدو سيقوم بغارات جوية على مناطق معينة، أو أخبار تتعلق باغتيال الموظفين، وأعمال التخريب، والهرب من الجندية، وفضائح الألمان، أو هرب أحد الجنرالات من السجن، أو ما يؤدى إلى زيادة القلق بين الألمان.

١٠ - التفرقة بين المواد التى يمكن استخدامها وبين المواد التى لا يمكن استخدامها، لتعزيز العمليات العسكرية من بين مواد الدعاية الصادرة من العدو، وهى التى تساعد على الحط من كرامته أو من قوته، أو تساعد رجل الدعاية في إبلاغ رسالته، وكان جوبلز قد أنشأ قسمًا خاصًا لتحليل إذاعات العدو وصحفه وبياناته العسكرية، ولكنه كان يستخدم هذا التحليل في الهجوم على العدو وتسخيف دعايته في الخارج، أو تعزيز الدعاية الألمانية.

١١ - الدعاية السوداء وهى مطلوبة إذا كانت الدعاية البيضاء أقل تصديقاً، أو متعبة لأنار غير مرغوب فيها، والمقصود بالدعاية السوداء تلك المجهولة المصدر، وقد حدث أن جوبلز أراد أن يصرف الإنجليز عن ضرب برلين، فأطلق إشاعة بأن برلين لم تعد مكاناً يصلح للحياة، وضربها بالقنابل ضياع ثمن هذه القنابل، والخطأ الذى وقع فيه أن الحلفاء عرفوا أن مصدر هذه الإشاعة هو الألمان أنفسهم، وقد وضع جوبلز مشروعاً لتضليل الروس عن معرفة

القسم الذى يحتله الألمان من خطوط القتال ، والقاعدة التى يبدؤون منها الهجوم ، فاستخدم صحفياً ألمانياً أرسله إلى الجبهة الشرقية ، ثم إلى لشبونة ، حيث صرح عن قصد متظاهراً بأنه تحت تأثير الحمر بمعلومات وكأنها غير مقصودة ، ثم نبه على إحدى الصحف بأن تنشر مقالا معيناً فيه معلومات خاصة بنفس الموضوع ، ثم أمر بعدم نشره بمعرقه الرقابة .

واستخدم جوبلز الدعاية السوداء لمحاربة الإشاعات غير المرغوب فيها داخل ألمانيا ، وقد ظن أن تكديماً رسمياً عن طريق إحدى وسائل الاتصال سيؤدى إلى زيادة وتكثيف الإشاعات ، وكان عندما يحاول محاربة الشائعات حقيقة يستخدم الأفراد فى تنفيذها بطريقة فعالة ، أى استخدام الاتصال الشخصى ، وإذا كانت كل الحقائق فى جانبه حارب الإشاعة علانية .

١٢ - محاربة الدعاية عن طريق قادة الرأى ، وكان هذا المبدأ من المبادئ التى يعتر بها جوبلز ، وكان يصرد دائماً على أن يتحدث هتلر إذا ما اشتدت الأزمات ، أما قادة الرأى فى نظر هتلر فهم أصحاب الكرامة والمتزلة الرفيعة فى الأحياء الشعبية ، وبهذه المناسبة كان الألمان لا يطردون كبار الموظفين غير الأكفاء حتى لا يتشرب فى البلاد خبر بأن النظام الاشتراكى الوطنى غير كفء ولكنه كان ينسب المرض للموظف غير الكفاء ، ويعلن إحلال موظف آخر محله .

١٣ - يجب توقيت الحملة الإذاعية . . وكان يرى جوبلز أن من صفات الدعاية الناجع تقديره الآثار السيكولوجية للدعاية مقدماً ، بأن يتبع المبادئ التالية :

(أ) يجب أن تصل الرسالة للمستمع قبل وصول أخبار العدو له ، ولا سيما المستمع الخارجى ، وكان يرى أن المتحدث الأول فى نظر أى شعب هو الذى يصدق ، ومن ذلك أنه أعلن سقوط كيف قبل أن تسقط .

(ب) يجب أن تبدأ الحملة فى الوقت المناسب ، ولكنه لم يبين لنا معنى الوقت المناسب .

(ج) يجب تكرار الدعاية دون أن تصل إلى الملل مع تغيير القوالب ، وإضافة بيانات جديدة لتعزيزها .

١٤ - يجب أن تعالج الدعاية الأحداث والأشخاص فى عبارات مميزة وشعارات جذابة . . بمعنى :

(أ) يجب أن تثير الكلمات الصدى المطلوب فى المستمعين والقراء .

(ب) يجب أن تكون الشعارات سهلة حتى يرددها الشعب ، وواضحة حتى تفهم الناس ،

وطبق مبدأ سهولة الشعارات ووضوحها في جميع وسائل الاتصال ، وكان هدف جوبلز دائماً الوصول إلى السواد الأعظم من الشعب ، وليس إلى الصغرة ، وكان يقصر هجاته المصادة على أهم أكاذيب العدو ، فإن نجح في حملته المضادة انهارت بقية الأكاذيب .

( جـ ) يجب استخدام الشعارات مرة وثانية وثالثة في الحالات المناسبة ، وقد انتقد جوبلز الدعاية الإنجليزية لأنها تغير شعاراتها في المناسبات ، ومن ذلك أنه قصر كلمة استخدام الزعيم في وسائل الاتصال الإعلامية الجماهيرية على هتلر وحده لا يشاركه فيها زعيم آخر ألماني أو غير ألماني .

( د ) يجب أن لا تزد الشعارات إلى الجهة التي أصدرتها ، فقد ثار مرة لأن أحد مساعديه وصف الغارات البريطانية بأنها غارات زخرفية ، لأن هذا الوصف عاقه عن وصف نفس الغارات بأنها حاقدة وغشوم .

١٥ - يجب أن تعمل الدعاية الداخلية على عدم تضخيم آمال الشعب كذباً ، فقد تأتى الأحداث بما يلحظ الدعاية ، وأن من المخاطرة التنبؤ بالنجاح العسكري أو السياسي قبل وقوعه ، فلو عقب النجاح هزيمة شعر الألمان بالإحباط والعدو بالفرحة ، وهبطت ثقة الناس في دعايتهم وكثيراً ما كان جوبلز يصدر تحذيرات ضد الشائعات التي هي أقرب إلى أحلام اليقظة ، بل أمر بعدم التهليل للانتصارات العسكرية أو المغالاة في وصفها ، خاصة أن إستراتيجية الدعاية الأجنبية كانت تقوم على إلزام الجيوش الألمانية بتحقيق أهداف ليست في مقدورها .

١٦ - يجب تطعيم الدعاية في الجهة الداخلية بالقدر المناسب من التخويف ، وكان يعارض التخويف الشديد الذي يؤدي إلى الذعر والإحباط ، والتخويف البسيط الذي يؤدي إلى التهاون والتخاذل ، واستراتيجية التخويف تقوم في رأيه على أمرين :

( أ ) تعزيز الدعاية بالنتائج المتوقعة إذا حلت هزيمة أو انكسار ، بمعنى الكشف عن هدف العدو العسكري ، وانقاذها مادة رئيسية لزيادة جرعة التخويف داخلياً ، حتى يحارب الشعب بكل قواه ، وفي حالة الأخبار القائمة على التفاؤل يجب الاحتراس حتى لا يطمئن الناس داخلياً كل الاطمئنان على مجريات الأمور .

( ب ) يجب أن تقرن الدعاية بما يخفف القلق الشديد ، فقد يؤثر خوف الناس وقلقهم في معنوياتهم .

وقد حاول جوبلز استخدام نفس المبدأ عكسياً مع أعدائه ، فألقى بمشورات على المدن البريطانية وبها صور الخسائر التي ألحقها الطائرات البريطانية بمدينتي في ألمانيا ، وكتب تحت الصور غاراتنا الانتقامية آتية لا ريب فيها .

١٧ - يجب أن تقلل الدعاية الداخلية من أثر الإحباط ، بمعنى تحصين الألمان ضد الآمال الكاذبة ، فإن لم تستطع وجب تخفيف شعور الإحباط ، ومن ذلك كان يقرن الخسارة بالأمل في دعم المستقبل ، والهزيمة بأمل في نصر قريب ، وكان يرى في نفس الوقت أن يقدم للألمان أنفسهم عرضاً لسير الحرب لرفع ثقة شعبه في نظامه .

١٨ - يجب أن تعمل الدعاية على إحلال الكراهية للعدو محل العدوان ، إذا لم يتيسر العدوان الناجح ، وبالنسبة للمجال الخارجي كان يحمل العدو أو الحكومات المناصرة له وزر الاعتداء على دول أوروبا ، وكان يشجب على الشيوعية واليهودية كل ما يثير كراهية الشعوب الأجنبية ، وكانت الدعاية ضد اليهود مصحوبة دائماً بإجراءات ضدهم ، سواء في ألمانيا أو في الأرض المحتلة ، وكان يستخدم سلاح إثارة الكراهية بنجاح بين فئات العدو وطبقاته .

١٩ - لا تستطيع الدعاية أن تؤثر في الحال . إذ تعتبر الميول المضادة عملية صعبة تحتاج إلى وقت ، وعليه يجب أن تتحول الدعاية إلى شكل من الأشكال العملية ، أو إلى تحريك جانبي ، وكان يرى أن أفضل سبيل لرفع الروح المعنوية هو الاسترخاء والترفيه ، وفي نفس الوقت تعزيز التصرف والسلوك ، بمعنى أنه كان على الألمان أن يحتفظوا بمظهرهم الخارجي ، ويتعاونوا مع الحكومة الألمانية في جهودها الحربية ، بغض النظر عن مشاعرهم الخاصة ، فلا يظهرونها أو يكتبون عنها ، وكان يرى أن الإحساس الديني يصعب تغييره في الحرب ، وأن معارضة الشعوب المحكومة للنظام الألماني تحتاج إلى عمل إيجابي وليس إلى كلمات ، ولقد اتبع جوبلز نفس ما اتبعته إنجلترا ، إذ استعارت صفات لا تدل على الواقع عندما وصفت انسحابها بالنصر ، أما هو فوصف جلاء قواته بالنجاح ، وإضفاء النجاح على هزيمة أمر قد يكون مستغافاً في المدى القصير ، ولكن لا بد أن تظهر الحقيقة في النهاية .

ونخرج من ذلك كله بأن الدعاية الكلية يجب أن تكون مصحوبة بنجاح سياسي أو عسكري أو كليهما ، ولقد حاول موسليني تقليد ألمانيا ولكن طبيعة الشعب الإيطالي - وهو أحد شعوب البحر المتوسط - تختلف عن طبيعة الشعب الألماني ، فهو يدين بالشك ، كما يتصف بالاعتباط والتواكل والسلبية ، ولم يكن لإذاعة روما استراتيجية عليا ، فكانت تتبع

الإستراتيجية النازية فى الدعاية، سواء تلقائياً أوبالأمـر، وكانت برامج الطليان عند بدء الحملة الأفريقية ضد الإنجليز فى مصر جيدة فى خدماتها الأجنبية البالغ عددها ١٨ لغة ، ولكن سرعان ما اختلفت الأوضاع بتغير ظروف الحرب وابتعاد إيطاليا عن النصر .

أما راديو باريس وغيره من الإذاعات التى خضعت للألمان فكانت صورة طبق الأصل من البرنامج العام من برلين ، مع الاهتمام بإتزال درجة الحرارة إذا ما ارتفعت ، وتجنبث الإثارة ضد القوات المحتلة ، وكانت إذاعات باريس أفضل إذاعات الأقطار المحتلة من ناحية التعلل والرزاة وإرضاء غالبية الشعب الفرنسى حتى تحررت البلاد .

أما اليابانيون فلم يتموا بتوسيع مجالات إذاعتهم الخارجية كما فعل الألمان ، ولكنهم اهتموا بالشعارات العنصرية ، مثل اضطهاد الزوج فى أمريكا ، والفرقة العنصرية فى القوات العسكرية الأمريكية ، والمظاهرات العنصرية فى ديترويت عام ١٩٤٣ ، واستخدمت هذه المظاهرات للإيقاع بين الأمريكيين وأصدقائهم فى المحيط الهادى وآسيا ، وتميزت إذاعاتهم إلى الفلبين ببيان الفرقة العنصرية ، التى يباشرها الألمان ضدهم ، وكيف كانوا يعتبرونهم جنساً منحطاً ، وتميزت إذاعاتهم إلى الهند بنفس اللون العنصرى بين الإنجليز وبينهم ، أما بالنسبة للصين فقد واجه اليابانيون صعوبة كبيرة ، فهم من نفس الجنس الأصفر ، وفى نفس الوقت يحتلون البلاد ، والورطة الرئيسية التى وقعت فيها اليابان أنها وقعت فى تناقض بين ما تقوله إذاعاتهم والحقيقة ، فاليابانيون كانوا يعتقدون فى أنفسهم أنهم من الناحية العنصرية أعلى مستوى من الآسيويين ، وفى نفس الوقت كانوا يدعون أخوة الشعوب الآسيوية مع رفع شعار آسيا للآسيويين ، ولم ينجح اليابانيون فى إخفاء مطامعهم التوسعية عندما كانوا يناشدون الآسيويين الانضمام إليهم ضد المستعمرين .

وقد افترقت البرامج الموجهة من اليابان إلى حربية الإذاعة وإلى الذكاء ، بعكس الإذاعات الموجهة من ألمانيا ، وكانت البرامج اليابانية تقوم على نظرية أن الشعب اليابانى قد فرض عليه القتال ، وأن الأمريكيين دفعوه إلى الحرب دفعا ، وأخذت الدعاية اليابانية تلق على ضعف العسكرية الأمريكية واخلالها أمام القوة اليابانية ، وقد أدى ذلك إلى الوقوع فى أخطاء كثيرة ، وإلى صدور تفسيرات وتعليقات تشير إلى وجود انشقاق داخل الولايات المتحدة ، كذلك بالغت هذه الدعاية اليابانية فى وجود خلاف فى صفوف الحلفاء .

ولقد تركت الإستراتيجية الألمانية فى الدعاية آثارها إلى ما بعد الحرب ، وإن تكن قد

فقدت أرضاً داخل ألمانيا ، وكان تأثيرها أوضح ما يكون من ناحية الأسلوب ، خاصة بالنسبة للضرب على وتر العاطفة ، فقد ظهر ذلك في الدعاية إلى الشرق الأوسط ، كما ظهر أسلوب الدعاية بالضرب على وتر العنصرية في دعاية جنوب أفريقيا وإسرائيل ، سواء في الداخل أو الخارج ، ويجب أن أقول إن الدعاية الإسرائيلية قد وعت الشيء الكثير من الأسلوب الألماني ، خاصة من ناحية التأثير في الجماعات المناصرة للصهيونية ، المقيمة خارج إسرائيل ، وتعزيز تعاطفها مع إسرائيل في أوقات الأزمات . . . والواقع أن آثار إستراتيجية الدعاية الألمانية واضحة الأثر ، بل أصبحت مرجعاً لرجال الدعاية في أوقات الأزمات والحروب ، فهم يلتمسونها في الحرب النفسية ، ولا غرو في أن يرجع رجال الدعاية في الوقت الحاضر إلى ما اتبعه جوبلز ، فقد كان أستاذاً في الدعاية .

وقد أمكن لجوبلز أن يحول الدعاية إلى علم ، برغم كونه أقل تقديراً واحتراماً للدعاية من العلوم الأخرى ، وجعل إستراتيجيته تستحق الدراسة حقاً . ومن الملاحظ أن جوبلز تلمذ في فكرة إمكان تغيير الفكر والمشاعر عن طريق الدعاية ، وهو أمر قابل للنقد في الوقت الحاضر ، وقد أخذت الإذاعات الحاضرة - ولا سيما الإذاعة البريطانية - بعكس هذه النظرية ، وراحت تنادى بأن مبادئ الدعاية لجوبلز بالنسبة لتغيير السلوك لا تستحق الدراسة أو التحليل .

وقد أخذت الإذاعات الحالية تنهج إلى استغلال الفكر والعقل أكثر من العاطفة ، بل تنادى في الوقت الراهن بأن نشر الحقيقة باستمرار أفضل بكثير من إثارة العاطفة بصفة مؤقتة ، ولعل الأخذ بمبادئ الدعاية النازية ككل هو الإضافة الطبيعية لأي نظام يقوم على مبدأ القوة أولاً ثم الإقناع ثانياً .

ويبدو أن جوبلز قد بالغ أيضاً في مقدرة الإذاعة ، فمن المعروف حالياً أن الإذاعة ما هي إلا وسيلة لنقل الأفكار ، ومن الصعب أن تنجح في تغيير السلوك والاتجاهات إلا إذا كان المستمع المستهدف على استعداد أصلاً لتغيير مسلكه واتجاهه ، ويجب أن نلاحظ أن وزارة الدعاية الألمانية أيام جوبلز كانت في صراع مستمر مع وزارة الخارجية ، وأن الدعاية ليست علماً له أسس مقررة كالطب والكيمياء يمكن تطبيقها في العالم ، فالدعاية تقوم على تفسير الحقائق أكثر من قيامها على الحقائق نفسها ، أو هي تقوم بالتوفيق بين تقيضين : هما الحقيقة والأمل ، ومهما يكن من أمر فإن الدعاية يمكن أن تنجح إذا ما كانت مصحوبة بعملية

عسكرية أو سياسية ناجحة.. وهذا ما حدث بالفعل بالنسبة لألمانيا، فقد نجحت سياسياً وعسكرياً في بولندا، والنمسا، وتشيكوسلوفاكيا، وفرنسا، وفشلت الدعاية عندما فشلت قواتها العسكرية أو خططها السياسية.. كما أن عملية التهديد أو التخويف الشديد - وهو ما كان ينادى به جوبلز - مآلها الفشل وقد حدث ذلك عندما حاولت الدعاية الألمانية إنزال الرعب بالإنجليز، وتهديدهم بالغزو الذي لم يقع.. وهنا أثرت الدعاية الألمانية ضرراً أكبر بألمانيا نفسها، ومما زاد في النكبة أن الإذاعة البريطانية استعانت بخطب هتلر وما يتصل منها بهزيمة الاتحاد السوفيتي وإذاعتها عندما بدأت القوات الألمانية تتقهقر، فزادت من أثر النكبة على ألمانيا.

ونحن إذا نظرنا نظرة كلية، نجد أن الألمان نجحوا في دعايتهم في أيام النصر، ولكن هل يمكن قياس هذا النجاح أو تقدير أثره حتى في أيام النصر.

الواقع أن جوبلز حاول فعلاً أن يختبر مدى نجاح وزارته بطريقة علمية، ولكنه لم يستطع، إذ إن الإذاعة - باعتبارها وسيلة من وسائل الدعاية - لا تقل غموضاً عند تحليلها، فتحليل الدعاية صعب للغاية، إذ لا بد من أخذ كل ما يقال واختباره، الأمر الذي يتطلب جهداً كبيراً ليس في تناول الدول الكبرى إلا بمشقة.

## الفصل الثماني

### الإذاعات الشيوعية

هناك نوع من التشابه بين التنظيم الإداري للدعاية في ألمانيا النازية خلال الحرب العالمية الثانية وبين التنظيم الإداري الذي رسمته روسيا لنفسها ، ويتمثل في فرض رقابة شاملة على جميع وسائل الاتصال الجماهيرية بكافة أنواعها ، كذلك تماثل سادى لينين الخاصة بالدعوة وإلى حد كبير مع أساليب الدعاية للدول الديكتاتورية وإن تكن هناك بعض فروق أساسية منها أن حكام الدول الديكتاتورية يسعون في غالبية الأحوال من أجل المحافظة على مراكزهم وسلطانهم بكافة الطرق ، سواء المباشرة أو غير المباشرة عن طريق نوع من المؤسسات تعمل على حفظ سلطة الحاكم ، أما الدول الشيوعية - كروسيا والصين - فهي تعتقد في بعض الحقائق الأساسية مثل حكم الطبقة العريضة من الشعب « البروليتاريا » . وسواء أكان هذا الحكم يمثل هذه الطبقة أولاً أم لا يمثلها فهذا أمر آخر . ومن ثم تعين على وسائل الاتصال الجماهيرية أن تقوم بالدعاية بصفة عامة لهذه الطبقة ومصالحها ، وتبشر بكل ما يمس الشعب ، ويلقى استجابة من سواده الأعظم ، والدعاية الروسية سبقت الدعاية النازية ، وكانت رسائل الثورة الشيوعية أول رسائل سجلها التاريخ في مجال الدعاية الإذاعية ، وكانت تأتي تحت عنوان : إلى الجميع ، إلى الجميع . . إلى الجميع . ولقد أذاع مجلس ممثلي الشعب للراديو رسالة لينين التي أعلنت الثورة الشيوعية بتاريخ ٢٢ نوفمبر سنة ١٩١٧ وهي : « لقد أقام مؤتمر الموفيت للشعوب الروسية حكومة سوفيتية جديدة ، بعد أن أقال حكومة كيرنسكى الذى هرب ، وتمكنت الحكومة السوفيتية الجديدة من أن تستولى على جميع المؤسسات الرسمية . . . وكانت هذه الرسالة دولية في معناها ، إذ كان الغرض من إذاعتها أن تصل إلى الثوار العتاة في أوروبا ، وإلى مؤيدى الثورة البولشفية في روسيا . وقد لوحظ أن الرسالة التالية قد وجهت خصيصاً

للعمال الأجانب . . . كونوا على حذر ، وشددوا قبضتكم على الحكام . . . وهذه الرسالة وإن كانت قد أرسلت باللغة الروسية إلا أنها ترجمت إلى لغتين أخريين ، إحداهما الألمانية ، والأخرى البولندية ، كما أخذ راديو موسكو يذيع بهاتين اللغتين ابتداءً من عام ١٩٢٩ ، ثم أضاف إليها الهولندية والإنجليزية في عام ١٩٣٠ .

وفي نفس الوقت أخذت الحكومة السوفيتية تشدد قبضتها على الإذاعة بعد أن كان لينين ينظر إليها على أنها صحيفة غير مكتوبة واسعة الانتشار دون حدود ، فقد كان من أهم الوسائل التي استخدمت في التبشير بالأفكار الشيوعية إلى الجاليات الروسية المنتشرة في جميع أنحاء روسيا ، والتي كانت ضاربة بسهم وافر في الجهادة والأمية ، وإلى العالم الخارجي في نفس الوقت . . . والواقع أن لينين شجع تطور التلغراف اللاسلكي وأقام محطة إرسال في موسكو سنة ١٩٢٢ ، وكانت في ذلك الحين تعتبر أقوى محطة في العالم ، كذلك أقام في أغسطس سنة ١٩٢٥ أول محطة تعمل على الموجة القصيرة وكانت في موسكو .

وكانت الإذاعة الروسية تتبع شركة مساهمة تديرها من سنة ١٩٢٤ إلى سنة ١٩٢٨ ، ثم سلمتها إلى وزارة الشعب للبريد والتلغراف ، التي قامت بتسليمها للجنة خاصة بالإذاعة . . . وفي عام ١٩٥٣ تولت مسؤولية الإذاعة في الاتحاد السوفيتي وزارة الثقافة ، ثم أعيد التنظيم في عام ١٩٥٧ بحيث وضعت الإذاعة والتلفزيون تحت إشراف جهة جديدة هي اللجنة الوزارية المتفرعة من مجلس السوفيت الأعلى ، وهي لجنة اختصت بشئون الإذاعة والتلفزيون . ومن ناحية الإذاعة تعتبر شبكة الإرسال من موسكو أكبر وأهم شبكة في الاتحاد السوفيتي ، وإن كان هناك محطات في الأقاليم الروسية المختلفة تذيع برامج محلية باللغات المحلية ، وبرامج أجنبية بلغات أجنبية ، على أن شبكة راديو موسكو من ناحية الإذاعة الدولية تقوم بإذاعة ثلاثة أرباع البرامج الخارجية ، وجدير بالذكر أن هذه الشبكة الكبيرة من محطات الإرسال قد انضمت إليها في عام ١٩٦٤ « محطة السلام والتقدم » أو صوت الشعب ، في حين كانت محطة موسكو هي الصوت الرسمي للدولة ، وقد صرح مديرها لينى تلاتوف في حديث له مع التايمز الهندية بما يلي : « مما لا شك فيه أن لنا وجهة نظر خاصة ، وهي وجهة نظر الشعب ، كما تعرضها بيانات التنظيمات الشعبية السوفيتية » وإذاعة السلام والتقدم أو صوت الشعب ما هي إلا ابتكار للتصويه بإضافة الصفة غير الرسمية إليها ، ويقال في الدول الغربية إن الهيئة المهيمنة عليها هي لجنة الراديو بالحزب ، وقول مديرها بأنها صدى الهيئات الشعبية إنما

يشير إلى أنها تعبر عن هيئات عامة وليست منبراً للآراء الحرة ، وهى فى الواقع تقدم من البرامج ما هو أكثر صراحة ووضوحاً من إذاعة موسكو ، وقد أنشئت هذه المحطة ليستغلها الحزب الشيوعى والحكومة الروسية دون أن يفصحاً عن ذاتيهما ، وما اصطلاح صوت الرأى العام - الذى اتخذته المحطة شعاراً لها - إلا ذر للرماد فى العيون .

وتعتبر الإذاعات الروسية على وجه العموم أولى الإذاعات الدولية فى العالم ، وابتداء من عام ١٩٦٩ حتى عام ١٩٧٩ قدمت من البرامج ما فاق إذاعات أمريكا الدولية . . وكانت إذاعة موسكو فى عام ١٩٤٨ تقدم ٣٨٠ ساعة أسبوعياً ، ارتفعت فى عام ١٩٧٣ إلى ١٩٥٠ ساعة ، نحو أكثر من ألفى ساعة فى عام ١٩٧٥ ثم إلى ٢٠٢٠ ساعة سنة ١٩٧٩/١٩٨٠ ، وروسيا تذيع فى الوقت الحاضر بـ ٤٨ لغة ، منها ١٢ لغة لأوروبا و ١٣ لغة لأفريقيا و ٥ لغات للشرق الأوسط و ٢٠ لغة لجنوب وشرق آسيا و ٤ لغات للشرق الأقصى و ٣ لغات لأمريكا اللاتينية ولغة واحدة لأمريكا الشمالية أى أكثر من أى محطة دولية ، وتقدم هى ودول أوروبا الشرقية أكثر من ٣٥٤٠٠ ساعة أسبوعياً .

وفى عام ١٩٧٠ بلغت ميزانية البرامج الدولية فى إذاعة موسكو ٦٣ مليون روبل أى حوالى ٦٣ مليون دولار ، ويدخل فى هذا الاعتماد ما تصرفه الخدمات الدولية للمذاعة من الأقاليم الروسية ومحطة السلام والتقدم ، وهنا تساءل لماذا يصرف الروس كل هذه الأموال ؟ وماذا يأملون من وراء إنفاقها ؟ وسوف نرى أن لهم أهدافاً تتمشى مع المبدأ الشيوعى ، كما أنهم يعززون مركزهم باعتبارهم حكماً بين جميع الدول الشيوعية . . أما إذاعاتهم للدول الغربية فهى عبارة عن تمهيد مستمر للجهود دبلوماسية ، ترمى إلى الحد من الدعاية الإذاعية الصادرة من المعسكر الغربى ، ويلاحظ أن الإذاعات الدولية السوفيتية تلعب دوراً وطنياً كأي إذاعة فى أية دولة أخرى ، على الرغم من مبدأ الدولية الشيوعية ، والواقع أنه عندما نادى ستالين بأن لكل دولة الحق فى اشتراكيتها الخاصة بها بدأت الإذاعة الروسية تتغاضى عن فكرة كونها خدمة دولية تقدمها موسكو .

وقد وردت أهداف الإذاعات الشيوعية من موسكو بصورة ضمنية فى تقرير اللجنة المركزية لعام ١٩٦٢ الخاص بتعزيز إذاعة الاتحاد السوفيتى ، إذ جاء فيه : « وعلى الإذاعة أن تقدر تقديراً جيداً للسمات الرئيسية للدول المختلفة والطبقات المكونة لشعوبها ، وأن تشرح بصفة عامة الحياة فى الاتحاد السوفيتى ووجهة نظره فى السياسة الداخلية والخارجية ، وعلى الإذاعة

أن توضح وتقرب للمستمعين إنجازات النظام الاشتراكي للدولة ، وأن تشرح بصفة عامة الأهمية الدولية للبناء الشيوعي في الاتحاد السوفيتي ، وتوضح سياسة الدول الاستعارية المناهضة للشعوب ، وتظهر أن صداقة الاتحاد السوفيتي ومساعداته الأخوية المشتركة للشعوب الأخرى قد وفرت التقدم وعززته في المجالات السياسية والثقافية لشعوب الجمهوريات المختلفة ، والمناطق المستقلة ، والأقاليم الوطنية في الاتحاد السوفيتي . وبعبارة أخرى نقول إن الإذاعة السوفيتية ملتزمة بتقديم كل ما هو إيجابي ، وكل ما هو صحي في الاتحاد السوفيتي ، وهذه الأهداف تماثل ما جاء في تقرير أمريكي عن راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة ، قدمته لجنة تابعة لرئيس الجمهورية ، كانت تقوم ببحث ترشيد الإنفاق بالنسبة لهاتين المحطتين ، وقد جاء في التقرير أن أهداف الإذاعة الروسية هي « شن حملات أيديولوجية في اتجاهين : حملات مضادة ضد الإمبريالية وأيديولوجيتها ، وأخرى ضد التحديات من داخل العالم الشيوعي . . كذلك تقديم الاتحاد السوفيتي كدولة عظمى عسكرياً وصناعياً ، وأنه يجدر بالدول الأخرى أن ترسم في تطورها خطى الاتحاد السوفيتي ، مع تقديم التأييد لأهداف الاتحاد السوفيتي الخارجية ، وشرح الخطوط السياسية الصحيحة للكادرات الشيوعية في الخارج » .

ونرى أن النقطة الأخيرة في غاية الأهمية ، إذ هي تقرر أولوية وظيفة الإذاعة في الدول الشيوعية ولا سيما بالنسبة للدول المنشقة .

وكان من المنتظر أن تجد الإذاعات الشيوعية من روسيا أو الصين أو أوروبا الشرقية ، أذناً صاغية في الدول الغربية ، لولا أنها تفتقر إلى المستمعين فيها عدا القلة المؤمنة بالشيوعية أو المتابعة لها ، وهذه القلة تكون أعضاء الحزب الشيوعي العام والمشايعين له . . أو المعارضين الأقوياء للرأسمالية ، ومن ناحية الجماعات المؤيدة لموسكو نجد أن المشاييع للصين هم هدف الإذاعات الشيوعية ، وما يقال عن هؤلاء يقال أيضاً عن الاشتراكيين الإصلاحيين ، أما الباقون ، فهم المتحمسون من الهواة والمستمعين العابرين ، ولا يمكن إهمالهم ، فقد يصبحون من المشاييع للشيوعية إذا ما استطاعت استمالتهم ، وعلى الرغم من أهمية الحزب الشيوعي وكثرة أعضائه في كل من إيطاليا وفرنسا فإن العدد الكلي للمستمعين المنظمين للخدمات السوفيتية الدولية في الدول الشيوعية قليل إذا ما قورن بعدد الذين يستمعون إلى الإذاعات الدولية في روسيا وأوروبا الشرقية .

ولم يصدر الروس قط أى بيانات تقديرية عن مستمعهم ، ولكن حدث فى عام ١٩٦٧ أنهم تلقوا ١٢٠ ألف خطاب من الخارج ، فى حين تلقت الإذاعة البريطانية ٣٠٠ ألف خطاب فى عام ١٩٧٣ ، أما إذاعة القاهرة فيصل إليها كل ثلاثة أشهر ما يقرب من ١٥٠ ألف خطاب لبرنامج العربية بالراديو وحده ، إلى جانب ما يصل إلى الخدمات اللغوية ويقدر بنحو ١٤ ألف خطاب فى السنة ، والتقدير الدولى لنسبة المستمعين إلى الخطابات هو ١ : ١٥٠ مستمع فى المتوسط لكل خطاب ، دون أن نأخذ فى الاعتبار مستوى التعليم والمعيشة وثمن طابع البريد .

وهذه النسبة تطبق على أية إذاعة فى العالم ، وهى مرشد غير دقيق من الناحية العلمية ، ولكن يمكن أن تؤكد أن عدد الذين يستمعون إلى الإذاعة الشيوعية فى مختلف أنحاء العالم كله لا يصل إلى عدد الذين يستمعون إلى الإذاعات الدولية الصادرة من الغرب . . أضف إلى ذلك أن المجتمعات المفتوحة وهى التى تتمتع بحرية التعبير لا تميل إلى تصديق المعلومات الصادرة من المجتمعات المغلقة ، وليس ذلك بسبب قورها من الأيدولوجيات المناهضة لها ، ولكن بسبب عدم استطاعة الإذاعات فى المجتمعات المغلقة التكيف مع رغبات المستمعين ، نظراً لأنها تخضع لرقابة مركزية صارمة ، لانتهم إلا بإرضاء رؤسائها دون المستمعين .

ونلاحظ على الإذاعات الدولية الصادرة من موسكو أنها ابتداء من عام ١٩٦٠ أخذت تكيف نفسها مع رغبات مستمعها ، فقلت حملات التشهير ، كما هبطت حدة التركيز الأيدولوجى والشعارات النمطية والتحيز والتعصب . . على أننا لا نجد نفس التكيف ظاهراً فى إذاعة بكين ، أو إذاعة ألبانيا الدولية ، فإزال صوت هاتين الإذاعتين غليظاً بالنسبة للمستمعين فى الخارج ، ويبدو أن المشكلة تتمثل فى معادلة صعبة . . فن جانب نجد هناك برامج الأسئلة والأجوبة ، أو الندوات التى من الممكن أن تكون صريحة وجذابة ، وبالفعل دأبت محطة موسكو فى كثير من إذاعاتها على السير قدماً فى تقديم هذه البرامج الشيقة وعلى نطاق أوسع ، كذلك دأبت محطات أوروبا الشرقية على الاستفادة كل الاستفادة من برامج الأسئلة والأجوبة أو الندوات ، وهى نفس البرامج التى ابتكرها النازيون فى الحرب العالمية الماضية ، والتى يسميها البعض بحقبة الرسائل ، أو صندوق البريد ، وفى الجانب الآخر للمعادلة نجد التعليقات السياسية التى لم تتطور ، والتى لا تزال تحتفظ بنمطيتها ، والتى يشهر معها للمستمع بأنها موجهة وتسير وفق توجيهات مرسومة ، كذلك هناك فى نفس الجانب مقتطفات من

خطب زعماء الحزب ، ونخصص لها حوالى ١٠ دقائق أو أكثر ، أما نشرات الأخبار فهي سوفيتية بحتة ، ولا تصلح إلا للذين يرغبون فى الحصول على معلومات سوفيتية ، لأن إذاعاتهم لم تشف غليلهم بتقديم هذه المعلومات . . . وكثيراً ما نجد أخباراً عن اجتماعات سكرتير الحزب الشيوعى بعدد من الشخصيات فى مقدمة النشرات دون الإفصاح عن سبب الاجتماع ، أو ماتم فى ، ويكتفى بعبارة « وكان جو الاجتماع ودياً » . . . أو توضع « اكلشييات » مناسبة أخرى . . . هذا . . . ونحس المستمع بمقص الرقيب فى كثير من الأحيان ، خاصة الأحداث غير المفرحة ، كصدام الطائرات ، ويشعر المستمع أن الإذاعات الشيوعية قد اضطرت إلى إذاعة هذه الأخبار ، نظراً لأن الإذاعات الدولية الأخرى تذيعها من جانبها .

وكثيراً ما يؤخذ على الإذاعات الدولية الروسية أنها تقول شيئاً لجمهور من المستمعين وشيئاً آخر لجمهور آخر ، ولكن لوحظ أن نظام التوجيهات فى السنوات الأخيرة قد اشدت عن ذى قبل ، كذلك اختفى التأويل المتعمد ، وهذه المناسبة نشر إلى أن إذاعة موسكو تذيع فى نفس الوقت بالعبرية واليديشية لإسرائيل ، ولا تكنى بالعبرية وحدها ، مما يدل على اهتمامها بأكبر عدد ممكن من الإسرائيليين ، أو بالروس الذين هاجروا إلى إسرائيل وربطهم بوطنهم الأصل . من العدل أن نقول إن الروس قد حسّنوا من أساليب دعايتهم الإذاعية المحلية ، فتطورت تطوراً ملحوظاً عما كانت عليه فى أيام ستالين ، على أن إذاعاتهم الدولية لا تزال تنتم بالتحيز والمبالغة والتبشير الأيديولوجى . وتلتزم بالدفاع عن طريق الرد على الهجمات المعادية ، ولعلها لم تستوعب أساليب الإذاعة الألمانية خلال الحرب العالمية الماضية ، إذ نجد الروس لا يستطيعون مقاومة رغبتهم فى الرد على أى نقد يوجه إليهم ، حتى لو كان هذا النقد يظهر صفاتهم الحسنة ، فإنهم يفعلون ذلك بطريقة تؤكد شعورهم بأنهم محاطون بأناس يتشككون فيهم ولا يؤمنون برسالتهم ، وإذا أذاعوا شيئاً هم فيه على ثقة نجدهم يتباهون ويتفاخرون به . ويدرك الإذاعيون الغربيون والصينيون أنهم دائماً يتعرضون لغضب الروس بالحق أو بالباطل ، والروس حساسون لبعض المسائل ، مثل فضيحة كاتين Katyn ، أو الإضرابات العقيمة ضد الصين والاضطهاد العنصرى السامى والبطالة المقتعة والانحراف الوطنى والميثاق السوفيتى النازى . . . ومن المواضيع المحببة إليهم موضوعات حرب السويس ومساوى الامتعمار وفيتنام ، وإضراب أولستر Oulster والعنصرية ، بالنسبة للصين نجد القطر الحساسة التى ترعجهم هى الإيمان فى الحديث عن الثورة الثقافية أو سقوط لنينياو Lin Piao زميل ماو ،

وهم يتخذون من مؤتمرات المراسلين الأجانب وسيلة للرد على ادعاءات الغرب ومجادلته . . . وليس العكس ، وعلى العموم فإن الإذاعات الدولية السوفيتية تلتزم بخط وسط غير محدد المعالم ، فهو ليس بالإيجابي ، بمعنى مهاجمة المعارض والرد على النقد ، وليس بالسلبى ، بمعنى عدم المبالاة ، ولم تحاول إذاعة موسكو أن تكون لنفسها جمهوراً مصداقاً من المستمعين عن طريق كسب ثقتهم وتلبية طلباتهم ، والدعاية السوفيتية لا تأمل أن تنجح في هذا المجال ، فهي لا تدفع إلا الوقائع التي هي أميل إلى الاشتراكية ومبادئها ، أو التي توافق معتقداتهم ، وليست المبادئ التي شب عليها الناس وتعارفوا عليها ، أو الحقائق التي تمس موضوع البحث بدون تحرج أو تأويل ، ومن الملاحظ أن إذاعة موسكو تشارك راديو الفاتيكان في الصفة ، وبالتالي نقول إن الدعاية الروسية تسير في خط وسط ، فدعايتها ليست فعالة كسلح من أسلحة القوة وليست عقيمة كوسيلة للوصول إلى الحقيقة عن طريق تقديم جوانب المشكلة ، فستميل إليها المتشككين أو الذين لم يكونوا رأياً بعد . وبين هذين الطرفين نجد منطقة داكنة تتذبذب فيها الدعاية أيديولوجياً إذ تتجنب المسائل الجدلية ، فلا هي تحاول إشباع نهم هؤلاء الذين اعتنقوا هذه الأيديولوجية ولا هي تركت أثراً في غيرهم ، والواقع أن الأمريكيين أيضاً قد تذبذبوا في هذه المنطقة وحاولوا التزم طريقة إيجابية ، ولكنهم صادفوا نتائج غير سارة ، والشيوعيون برغم ما تتميز به دعايتهم من تغيير في الأسلوب يتعصبون لأيديولوجيتهم ، ولا يحيدون عنها ، على أننا نجد أحياناً في تعصبهم جانباً إيجابياً يتمثل في روح التفاؤل المستمر ، وهم إلى جانب ذلك يقلعون دائماً نحياتهم الأخوية وقوائم بإنجازاتهم ويبارك كل واحد منهم الآخر ويهتبه . . . أما المتشككون من بين الشيوعيين فيشعرون بشيء كبير من العصبية ، ولكنهم يجحدون في الآمال والوعود بعض الراحة ، أو على الأقل هناك من يظن أن كل الجهود تبذل من أجل حياة أفضل للملايين الناس في هذا العالم . . . والتفاؤل في حد ذاته ليس عاملاً يجذب إلى الإذاعات الشيوعية جمهوراً كبيراً من المستمعين في الدول المتقدمة في الغرب . . . هذا ويدرك الروس كما يدرك معارضوهم أن الإذاعة على الموجات القصيرة إنما تستهدف جمهوراً ليس من المنتظر أن يوالى الاستماع إلى الإذاعة في ظروف الاستقبال السيئة بدون تعزيز الاستماع بطريقة أو بأخرى ، وقد كتب أحد المتابعين للإذاعة الروسية يقول : لا يسعى الاتحاد السوفيتي إلى استقطاب الشعوب القرية عن طريق الراديو ، إذ هو يقصر دعايته على الهيئات المشاعة له ، مثل الأحزاب الشيوعية داخل المناطق المستهدفة . وهذا القول وإن كان غير صحيح في معناه

الحرفي إلا أننا وبكل صدق نستطيع أن نقول إن إذاعة موسكو تستهدف شعوباً غير الشعوب الغربية ، وتعطيها الأولوية في دعايتها ، ولا نغالي إن ذكرنا أن العالم الثالث هو المنطقة الرئيسية المستهدفة خارج نطاق المعسكر الشيوعي .

وعندما انحسر الاستعمار عن شعوب العالم الثالث في الخمسينيات والستينيات كان هناك أثر للدعاية الشيوعية بين شعوب العالم الثالث ولكنه أثر ضعيف ، ولم تستطع الدعاية السوفيتية تعزيز هذا الأثر وتقويته ، ويرجع فشلها في ذلك إلى فشل السياسة الشيوعية ، وتفصيل ذلك أن دول العالم الثالث فضلت - ولاسيما الدول الفقيرة - سياسة عدم الانحياز برغم ما فيها من ضعف ، ومع ذلك فقد حاولت السياسة الشيوعية أن تستغل الموقف لصالحها ، بل تحولت السياسة السوفيتية إلى شكل استعماري جديد كما حدث في مصر التي اضطرت إلى إنهاء الوجود السوفيتي ، وقد خشي الكثيرون من أصدقاء روسيا أن يحدث لهم ما حدث لمصر ، وفي نفس الوقت لا يمانعون في تأييد سياسة الحياد الإيجابي التي تنادي بها المخططات الدولية الأخرى .

أضف إلى ذلك الوقيعة والخسومة بين الصين وروسيا ، وهما قطبا الشيوعية ، مما أتاح للعالم الثالث فرصة اختيار فريدة في أن يكون مشايخاً لإحدى القوتين الشيوعيتين الكبيرتين إذا ما فضل الشيوعية على الرأسمالية ، أو أن يضرب الشيوعية الصينية بالشيوعية الروسية . هذا وليس هناك دليل على وجود جمهور من المستمعين في العالم الثالث لراديو موسكو وراديو بكين أو أية محطة من محطات أوروبا الشرقية برغم ما تدعيه موسكو من نجاح في الهند ووجود جمهور كبير من المستمعين إليها فيها ، كل ذلك برغم الاستثمارات الروسية الكبيرة في محطات الإرسال ، يلزمها من أيد عاملة وإدخال إذاعات بلغات الأقليات ، ومن ناحية أخرى لا نستطيع أن نقول إن هذا الفشل مستمر أو متوطن ، لأن الإذاعيين السوفيت إن قاموا بدراسة السمات الخاصة لكل دولة وكل فئة من فئات شعبها فإنهم لاشك ناجحون في اكتساب جمهور كبير من شعوب العالم الثالث ، لا يقل على أسوأ تقدير عن الأعداد التي تستمع للمحطات الغربية ، ويبدو أن الحجج الشيوعية في الدعاية الأيدولوجية لا تصلح إلا أن تقدم بصورة مباشرة ، نظراً لأنها تستخدم ألفاظاً واصطلاحات غريبة تكاد تكون مقصورة على المذهب الشيوعي ، وينسى الإذاعيون أن من الممكن تبسيط عملية التقديم في حد ذاتها بدون الإخلال بالأيدولوجية ، ومن ثم فإن ما يحتاج إليه هؤلاء المذيعون هو أن يدركوا أن لكل شعب طريقته الخاصة في المخاطبة ، وقد حاول الروس التوسع في الإذاعات باللهجات

الوطنية ، ولكن المشكلة هي في تنوع البرامج وفق نوعية المستمع ، وإذا كان العالم الثالث قد فشل في أن يفهم الشيوعية وبالتالي لم يتجاوب معها . . فهذا الفشل يرجع في الواقع إلى قصور الدعاية الشيوعية عن أداء وظيفتها ولكن هذا القول لا ينصرف إلى المعسكر الشيوعي في أوروبا ، فهنا يفهم الإذاعيون مستمعهم .

والإذاعة من الناحية النظرية تهدف إلى المحافظة على الفكر الماركسي ، فالماركسية عبارة عن فكرة رزينة تعمل من الناحية الاجتماعية على ربط فئات الشعب ، وعلى الدعاية أن توضح في أية مرحلة من مراحل التطور في السلم الماركسي يجد العالم الثالث نفسه ، وإذا كان للإذاعة أن تبذل مجهوداً فعلياً أن تجد الجواب الصحيح لمشاكل العالم الثالث دولة دولة . . . . . كذلك يمكن استخدام الإذاعة كحلقة اتصال في عمليات التنفيذ أكثر من استخدامها في الناحية النظرية ، ومما لا شك فيه أن الهدف الرئيسي للإذاعات الدولية في الاتحاد السوفيتي منذ أن انتهت الحرب العالمية الأخيرة هو أوروبا الشرقية ، ثم في السنوات الأخيرة الصين ، بل تأتى الصين في المرتبة الأولى من الأهمية بالنسبة للاتحاد السوفيتي .

وفي أوروبا الشرقية تعتبر الدعاية السوفيتية توةماً للضغط العسكري أو السياسي ، فمن الأفضل لشعوب هذه المنطقة أن تدرك ما تفكر فيه روسيا ، أو على الأقل ماذا تقول ، وليس معنى ذلك أن هناك جمهوراً كبيراً من المستمعين لراديو موسكو في أوروبا الشرقية ، فالدعاية الإذاعية المباشرة ما هي إلا جزء بسيط جداً من الإستراتيجية السوفيتية ، والأهم هو التأثير غير المباشر على الإذاعة المحلية في كل بلد من بلاد أوروبا الشرقية ، فيما عدا ألبانيا ويوغوسلافيا . . . . . هذا وقد عمدت الإذاعة الروسية إلى استبعاد بعض البرامج المملة مثل « موسكو تتحدث » ، وهو برنامج سياسي لإحلال بعض البرامج والوسائل القائمة على التعاون بينها وأوروبا الشرقية ، وليس هناك من بين دول أوروبا الشرقية ما تعتبر الدولة الأولى في الاشتراكية ، ومن ثم فإن باب المناقشة مفتوح بينها للخدمة المستمعين ، وهنا تكون الدعاية بالإذاعة أكثر أهمية كمنهج سياسي لا تختلف فيه الحكومات والأحزاب ، وليست وسيلة من وسائل الاستمالة الشعبية ، فثلاً كان البرنامج العام البلغاري يتحدى يوغوسلافيا في مسألة مقدونيا ، وليس كما كان يتظاهر بأنه الصلة مع جميع البلغار في الخارج ، وأخيراً توقفت هذه الإذاعة المسماة راديو رودينا في ديسمبر عام ١٩٧١ ، بعد تشغيل دام أربع سنوات وحل محلها راديو Blagevgrad وهي مدينة في وسط مقدونيا يمكن أن تسمع الإذاعة منها عبر الحدود في

يوغوسلافيا ، وبالمثل نشر إلى أن إذاعة ألبانيا وهي التي كانت تقوم جزئياً بتمثيل إذاعة الصين في أوروبا تشن معارك جملية لاحد لها مع الإذاعات الدولية من موسكو وأوروبا الشرقية دون أن تهدف بشكل واقعي إلى التأثير في الرأي العام .

وكانت هناك أزمات في أوروبا الشرقية عندما أخذت الإذاعة الدولية تقوم بدور أكثر فاعلية ، فثلاً استخدم ستالين الإذاعة كوسيلة من الوسائل القليلة التي كان يأمل من وراثها تحطيم الوحدة اليوغوسلافية بعد عام ١٩٤٨ ، والدليل أنه قبل انشقاق يوغوسلافيا لم تكن الإذاعات الموجهة من موسكو إلى يوغوسلافيا تريد على أربع وعشرين ساعة في الأسبوع . . وفي عام ١٩٤٩ أى بعد الانشقاق ارتفع عدد ساعات الإرسال إلى سبع وسبعين ساعة ، ثم إلى ثلاث وتسعين ساعة في عام ١٩٥١ ، وبعد المصالحة الجزئية بدأت ساعات الإرسال تبط إلى ستين ساعة في عام ١٩٥٨ ، ثم إلى أقل من ثلاثين ساعة في يومنا الحاضر ، وإذا أخذنا الإذاعات الموجهة من موسكو إلى تشيكوسلوفاكيا كمثال آخر نجد أنها تقفز من سبع عشرة ساعة في الأسبوع قبل أغسطس عام ١٩٦٨ إلى ١٦٨ ساعة في أوج الأزمة التي انتهت بغزو الروس لتشيكوسلوفاكيا ، ثم تبط مرة أخرى إلى ٤٨ ساعة في سبتمبر ، ولعل المحك الرئيسي للدعاية السوفيتية لأوروبا الشرقية كان عام ١٩٥٦ في المجر ، ولقد وافق غزو المجر التاريخ الأصلي للعدوان الثلاثي على مصر لولا أن قدم بن جوريون موعد الغزو ثلاثة أيام ، وقد استطاع الروس أن ينجحوا في دعايتهم بعد التقارب بينهم والأمريكان الذين كانوا يناهضون العدوان على السويس ، فعرضوا القيام بعمل مشترك للقضاء على المعتدين بالقوة ، وبعد ذلك راحت الدعاية الشيوعية تهاجم راديو أوروبا الحرة لدوره الاستفزازي في إثارة المجرين وحضهم على الثورة ، وراحت براغ تعرض الرأي السوفيتي في ردها على الإذاعة البريطانية ، وكانت تقارن بين التدخل في المجر بالحملة العدوانية على السويس فقالت هل تستطيع هذه الإذاعة أن تدعى أن حكومة مصر هي التي دعت القوات الإسرائيلية والبريطانية والفرنسية كما حدث بالنسبة للمجر ؟ هل تستطيع هذه الإذاعة أن تدعى أن القوات السوفيتية التي دخلت المجر إنما دخلتها لتستولي على مؤسسة مثل قناة السويس ولحساب عدد صغير من المساهمين كما حدث في مصر ، وأخيراً أليس من الواضح لكل ذى عين أن القوات السوفيتية إنما تواجدت في المجر لوضع حد لأعمال القتل والتعذيب ، في حين ذهبت القوات الغربية إلى مصر لتبدأ حرباً وتقيم حالة من الفزع والهلع .

ولقد كانت هذه الحجة صحيحة وصادقة ، ونالت النقطتان الأوليان تأييد المعارضة في بريطانيا . . وفي إذاعة باللغة الإنجليزية كرر راديو بوخارست الحجج التي سبقته إليها الإذاعات الشيوعية من أن الفظائع التي اقترفت ضد قوات الأمن الروسية في المجر كانت من فعل هؤلاء الذين أنارهم إذاعة راديو أوروبا الحرة وحضتهم على الثورة ، ونفس هذه الحجة نادت بها إذاعات الاتحاد السوفيتي الموجهة إلى أوروبا الشرقية ، بل كانت موسكو قد استأنفت إذاعاتها الموجهة إلى بلغاريا بعد أن توقفت في أبريل عام ١٩٥٦ ، وإلى تشيكوسلوفاكيا بعد أن توقفت مدة سنتين ، أما إذاعاتها إلى المجر فقد زادت من عدد ساعاتها ، وكانت إذاعات أوروبا الشرقية تعترف معاً على سيمفونية تأييد العمل السوفيتي وفي نفس الوقت واصلت إذاعات موسكو حملاتها العنيفة ضد إذاعة أوروبا الحرة بعد أن توقف القتال في المجر ، وجاء في الإذاعة الروسية بلغة السلوفاك في ٢٣ نوفمبر ما يلي :

« كانت هناك أوامر مفصلة وتوجيهات وتعليقات تتناول طريقة إثارة الشعب والاضطرابات ، وتحويل المظاهرات السلمية إلى أسهر من الدماء » . . . وعندما وجد الاتحاد السوفيتي أن ردود الفعل العالية كانت متهاضة خفف من لهجته ، فأصبحت معتدلة في جميع إذاعاته الخارجية ، وفي إذاعة باللغة الإنجليزية بتاريخ ٢٨ نوفمبر اعترف المذيع بأن شرائع من شعب المجر كانت قد مالت عن محبة الاتحاد السوفيتي . . وفي نفس الوقت أثبتت إذاعات موسكو عن عظيم فرحتها لاضطرار القوات الإنجليزية والفرنسية والإسرائيلية إلى الجلاء عن مصر ، فقال أحد المعلقين : « الآن فقط عرفت لماذا يتسم أبو الهول » . . . ولقد زالت أحداث أكتوبر عام ١٩٥٦ سواء في مصر أو المجر ، وفي عبارة أخرى : إن إذاعة موسكو قد تحولت إلى سلاح حاد نافذ للدبلوماسية ، سواء في الأوقات العصيبة أو العادية ، ولا غرو فانكسار العدو يبيى أفضل ظروف لتجاح الدعاية .

ودعاية الاتحاد السوفيتي إلى الصين مغلوطة ومقيدة لعدم وجود أحداث تدل على القشل أو الهزيمة في المنطقة المستهدفة ، ومع ذلك لا تزال الصين حتى يومنا هذا الهدف الأول للدعاية السوفيتية فزادت ساعات الإرسال إليها من ٧٧ ساعة أسبوعياً في عام ١٩٦٧ إلى مائتي ساعة في عام ١٩٧٢ ، كما ضوعفت فترة الإرسال باللغة المانغولية ، فبلغت حوالي ٣٥ ساعة في الأسبوع ، ونلاحظ أن النزاع الصيني السوفيتي قد أجبر الروس على التزام لهجة مترنة في شرح الأيديولوجية والإنجازات السوفيتية بالإذاعات الموجهة إلى غرب وشرق أوروبا ، أما الإذاعات

الموجهة للصين من موسكو فلا يزال صوتها غليظاً مُجاذلاً ، يدعى الحق لنفسه دون غيره ، كما أن هناك الكثير من التشنيع وفضح الأخطاء الصينية ونقد اتهامات الشيوعيين المصلحين . . أضاف إلى ذلك أن الروس أظهروا الكثير من المراة التابعة من الخوف .

وغالبية الحملات السوفيتية لها صلة بالخلافات السياسية والأيدولوجية ولكن هناك نوعاً من الحملات الإذاعية هي طرف فيه ويجب الإشارة إليه ، فمثلاً أذاعت موسكو باللغة الإنجليزية قائلة : « اسمحوا لى أن أقتبس شيئاً ذكرته الإذاعة البريطانية فى نشرتها الساعة الحادية عشرة بتوقيت موسكو يوم السبت . . لقد أشارت إلى أحد أعضاء البرلمان من العمال ولكنها لم تنصح عن اسمه ، إذ قال : إن الإذاعة البريطانية فى رأيه تلعب دوراً هاماً » . . أما أسلوب بكين فهو يستند الى القليل والقال « قال أحد الأوربيين الغربيين » وأضاف أحد الآسيويين « وعزز أحد الأمريكيين الجنوبيين » ، أى ما يعرف بالإمساند أو بالرواية ، وكان راديو موسكو فى إذاعته ينقد الإذاعة البريطانية لأنها تستخدم نفس طريقة بكين . وهو نفس الأسلوب الذى تستخدمه إذاعة صوت أمريكا . . وقد أشارت مرة إذاعة موسكو إلى أن إذاعة صوت أمريكا كانت قد التقطت محطة بكين وأعادت ما أذاعته من أن الاتحاد السوفيتى يبيع أرباحاً فاحشة من مبيعات الأسلحة لمصر . . وفى إذاعة روسية أخرى فى يناير عام ١٩٧٤ اتهمت موسكو أحد مندوبى وكالة الصين الجديدة بالتعامل مع راديو أوروبا الحرة وراديو الحرية للحصول على معلومات معادية للاتحاد السوفيتى .

وهذا النوع من الجدل ثانوى . . فهناك مجالات للتزاع أكثر أهمية ، ونسأله ما هو الدور الذى تلعبه الإذاعة فى التزاع ؟ وما الذى يريده الاتحاد السوفيتى ؟ هل يريد إبلاغ رسالة إلى الشعب الصينى علماً بأن الروس والصينيين يفرقون فى وضوح بين الشعب وقادته ، ولها نظم سياسية متشابهة وأساليب أمن تكاد تكون واحدة ، وأن الوصول إلى السواد الاعظم من الناس - ناهيك بالتأثير فيهم أو حثهم على العمل ضد حكوماتهم - عمل يحتاج إلى مدة طويلة جداً . والواقع أن أية إذاعة الى الصين - وهى فى عزلتها الحالية عن العالم - لن تصادف نجاحاً يذكر مثل أية إذاعة صادرة عنها ، فللصين نظرة إلى المستقبل أبعد من نظرة الروس وهم على استعداد دائم لترك الأمور تنضج فى وقتها . . . وإذاعاتهم تهدف إلى إثارة الرأى العام والانتفاع من أية شاردة أو واردة فى مصلحة الصين وزعمائها ، وهم يرون أن فرصة نجاح إذاعاتهم فى الغرب أفضل منها فى الشرق ، وأن الزمن كفى بأن يثير المتاعب ويحد من استقرار

زعماء الاتحاد السوفيتى والدول التى تدور فى فلكه .

والإذاعات الصينية مثل الإذاعات الروسية ، تعرض ما تتصوره حقيقة ومنطقاً ، وهى فى اعتقاد غير الشيوعيين صورة مهزوزة ، ولكنها لا تتصف بالانتهازية أو عدم الأمانة ، ومن ثم يحاول كل جانب ، سواء الروسى أو الصينى ، تقديم ما يراه حقيقة ، وهو يعلم أن الجانب الآخر يقوم بالتصنت على إذاعته .

بدأ الصينيون إذاعاتهم إلى الاتحاد السوفيتى فى عام ١٩٦٢ ، وهى نفس السنة التى حدثت فيها أزمة كوبا ، والتى يرى الصينيون فيها فائحة لفشل روسيا سياسياً ودعائياً ، وهى نفس السنة التى نشبت فيها الحروب الهندية الصينية التى أغضبت الروس مما اثار حق الصينيين ، والسبب الحقيقى لفتح هذه الإذاعات الموجهة من الصين إلى روسيا هو سوء العلاقات بين الدولتين . والإذاعة الصينية تعتبر ثالث إذاعة فى العالم ، وتستهدف فى المقام الأول الدول الآسيوية ، ولكن قسماً كبيراً منها موجه إلى الدول الشيوعية ، وأهم وأكبر قسم فى هذه الإذاعات الدولية الصادرة من الصين هو القسم الروسى ، ويزيد بنحو الثلث على الإذاعات الإنجليزية إلى القارات الخمس ، بل يزيد وقته على الإذاعات الصادرة باللغات الصينية وهى Chaochow Cantonese Ruyon وفى أواخر عام ١٩٦٨ وعلى إثر غزو تشيكوسلوفاكيا بدأ الصينيون إذاعات باللغات التشيكية والبولندية والرومانية من بكين ، وكانت بكين قبل ذلك تعتمد على ألبانيا فى توضيح وجهة النظر الصينية ولا يعنى ذلك أن دور ألبانيا قد انتهى بفتح هذه الإذاعات ، فألبانيا لا تزال تذيع ساعات أطول إلى دول شرق أوروبا مما تذيعه الصين ، وبلغات أكثر مثل : البلغارية ، أو المجرية ، وتعتبر الإذاعة الألبانية سابع إذاعة فى العالم بعد مصر مباشرة ، والإذاعات الصادرة من ألبانيا فى العهد الأخير تختلف عن الإذاعات الصينية فى مسألة التقارب الصينى الأمريكى .

والحزب الشيوعى الصينى يميل إلى ترك الأمور حتى تتضح معها طال الزمن ، وهو حزب يقدر تمام التقدير عمليات الاستمالة ، خاصة تلك التى يمكن تعزيزها تعزيزاً فعالاً . . إن الصينيين يؤمنون إيماناً كبيراً بقوة الإذاعة وأهميتها ، ولكن ليس بمنأى عن وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى من المصقات إلى السينما أو النظم الثقافية كالرقص والمعارض ، ويرون أن قوة الإذاعة فى تمككها من الاستحواذ على أسماع الناس فى نفس الوقت .

ولقد اهتمت زوجة الزعيم الراحل ماوتسى تونج واسمها تشيانج شينج اهتماماً خاصاً

باستغلال الإذاعة في أوقات التنوير السريعة في أثناء الثورة الثقافية ، والإذاعة في الصين عبارة عن شبكة مغلقة ، إذ توجد في كل قرية أو مدينة محطة ، أو محطات ، لنقل برنامج الإذاعة عن طريق الأسلاك إلى المنازل أو إلى الميكروفونات في أماكن تجمع الشعب . . ومن ثم كانت الإذاعات القصيرة الموجهة إلى الصين غير متبعة الأثر ، لعدم وجود أجهزة حديثة تلتقط أية موجة يريدتها المستمع ، وهو نفس الحال في الاتحاد السوفيتي تقريباً ، ومن ثم كان الراديو الوسيلة المثلى داخلياً لنشر الدعاية السياسية ، فهو في متناول كل فرد حتى الفلاح الفقير ولقد كانت الإذاعة الوسيلة الرئيسية في تعبئة الصينيين ، بمعنى أن من الصعب على الشعب الصيني الاستماع للإذاعات على الموجة القصيرة ، أما دعاية الصين للخارج فهي ضعيفة لقلة مصادر الأنباء فيها ، ومن ثم لا تصلح للتصدير .

وأول نتيجة لصعوبة وصول الإذاعات الخارجية إلى الصينيين أن السلطات الصينية تشعر بالسعادة لهذا الوضع . . أما من ناحية عدم استطاعة وصول إذاعة الصين إلى الشعب الروسي فهذا أمر ثانوي ، إذ إنهم يرون في عامل الوقت العلاج الحاسم . ولقد اشتهر الصينيون من قديم الأزل بعزلتهم عن العالم ، وهذه العزلة تنعكس على الإذاعة وعلى السياسة الصينية . . والواقع أن الإذاعة الصينية لم تنشط إلا أخيراً عندما بحثت الأمم المتحدة مسألة عضويتها ، ومن ناحية نوعية البرامج نجد الإذاعات الدولية الصادرة من الصين لا تزال في حاجة إلى تحسين برامجها نعم . . لقد كانت هناك بعض التحسينات التي أدخلت من النواحي الفنية على الأساليب التخطيطية المملة التي تميزت بها هذه الإذاعة من قبل . . والواقع أن البرامج الأجنبية لا تفرق عن البرامج المحلية إلا في كونها صادرة بلغة أجنبية ، فنجد فيها نفس الرتابة ونفس المواعظ . . والروس بالنسبة للصينيين هم جماعة من الخوارج ، أما الأمريكيون فلبسوا أسعد حظاً فهم جماعة من الاستعماريين ، ويكفي أن نشير إلى أن برنامج «حقبة الرسائل» أو «أسأل ونحن نجب» . . وهما أحب برامج تستخدم في التبشير بالأيديولوجية الصينية تعيد وتكرر نفس التعبيرات الأيديولوجية التي ترد في نشرات الأخبار ، مثل «لا يزال العمال في العالم الرأسمالي يواصلون كفاحهم الطبيعي» . . ولكن يجب أن نشير إلى وجود بعض الإذاعيين في راديو بكين يحاولون تحسين البرامج . . ولكن هناك عاملان معوقان : الأول - هو خوف الرؤساء من إحداث أي تغيير ، ولا سيما في الخطب السياسية الطويلة ، التي يجب في نظرهم أن تُذاع كما هي ، وفي الشعارات والحجج المذهبية التي لا معنى لها خارج الصين . . . والعامل الثاني -

هو قلة الاعتمادات . . فالمصادر الفنية - سواء في تشغيل الفنيين أو بناء الاستديوهات أو محطات الإرسال - ضئيلة لا تمشى مع وجود شبكة كبيرة للإذاعات الدولية . . ونفس الشيء يقال بالنسبة لراديو تيرانا . . لقد كان توسع البانيا في الإذاعات الدولية كبيراً بشكل لا يماثله توسع في العالم . . . . وقد قام الاتحاد السوفيتي في أوائل الستينيات بتقديم مساعدات جمة من محطات الإرسال وآلات التشغيل . . ولكن تولت - بعد ذلك في السنوات الأخيرة - الصين الاتفاق على إنشاء محطات جديدة بها ، ومهما يكن الأمر فإن الدعاية من تيرانا وعلى هذا النطاق الواسع قد أثقل عبء الميزانية . . علماً بأن ثلث الخدمات موجهة إلى الدول الشيوعية ، ونحن إذا تجاوزنا عن النمطية المملة نجد أن المستوى الفني للمتحدثين والمخرجين هابط بسبب الضيق المالى .

والمستوى الفني في إذاعات أوروبا الشرقية أفضل بكثير من مستوى الإذاعات الصينية والألبانية . . فمثلاً إذاعة البرنامج العام الموجه من المجر إلى المجرين في الخارج على مستوى فني رفيع ، كما أن مضمونه جيد ، فهو يتبع طرق الاستمالة الحديثة مثل برنامج « فلتنس الماضى » . . « تعالوا إلى كلمة سواء » . . وقد يكون السبب في نجاح راديو المجر الذى يمتلك أصغر خدمة دولية في أوروبا الشرقية أن الحكومة توفر له الاعتمادات اللازمة والعناية المطلوبة . والإذاعات الدولية من تشيكوسلوفاكيا تعكس لنا المستوى الضعيف الذى انحدرت إليه منذ عام ١٩٦٨ ، فهى تتبع في سياستها الخط الأسلم ، وفى بلغاريا وغيرها أخذ مستوى البرامج الدولية فى الانحدار ، فى حين أخذت البرامج المحلية تتقدم ، وقد يكون السبب رغبة الشعب فى الاستماع للمحطات الأجنبية مما اضطر الإذاعة إلى تحسين برامجها بسبب المنافسة ، وفى رومانيا كان الاتجاه بطيئاً قبل عام ١٩٧١ نحو الحرية الثقافية والسياسية . . وبدأت الأمور تحسن ابتداء من عام ١٩٧٢ ، وإذاعات رومانيا الخارجية لا ضرر منها إطلاقاً ، فهى ترمى إلى جذب السياح مع التخفيف من المواعظ الأيدولوجية والتفاؤلات الاقتصادية .

وفى عام ١٩٧١ أنشأت رومانيا محطة قوتها ١٠٠٠ كيلوات فى ناحية تاسى Tasi وتسمع إشارتها بوضوح فى مولدا فيا الروسية ، أو بإسرايا كما يسميها الرومانيون .

وأما عن بولندا فتفتقر إذاعاتها إلى الحرفية الإذاعية ، سواء بالنسبة للإذاعات المحلية أو الخارجية ، وإن كانت قد سجلت بعض النجاح فى خدمتها الموجهة إلى البولنديين فى الخارج ، وأما إذاعات ألمانيا الشرقية فقد تقلصت منذ منتصف الستينيات ، وهى تهتم بالدول

النامية أكثر من اهتمامها بدول شرق أوروبا . . . . وإذاعات أوروبا الشرقية تحاول اكتساب المستمعين في الدول النامية ، وتقابل بشيء من النجاح .

وإذاعات الروس ودول أوروبا الشرقية نحو الغرب تعمل أولاً على تعرية إذاعات الغرب من الثقة بها ، ثم تنادى بأن الإذاعات الآتية عبر الأثير من دول غرب أوروبا إنما تعمل على إثارة الحقد وزيادة التوتر الدولي وهي تلتزم جانب الدفاع ، وإذاعات أوروبا الشرقية لانهتم كثيراً بصوت أمريكا ولكنها نهتم براديو الحرية ، وإذاعة أوروبا الحرة ، وهما الإذاعتان الأمريكيتان غير الرسميتين .

وإذاعات أوروبا الشرقية والروسية تعمل على حرض الغرب على الوفاق والسلام باعتباره الرسالة الرئيسية التي تقدمها موسكو وعواصم دول أوروبا الشرقية ، ولها جمهور من المخلصين يستمع إلى هذه الإذاعات ويحفظ إنجازاتها ، والراديو بالنسبة لهذا الجمهور أهم وسيلة من وسائل الإعلام . . فهو الذي يقدم له الاستراتيجية المناسبة لحل المشاكل التي تواجهه ، علماً بأن الإذاعات الشرقية ليست الوحيدة التي تحاول تنشيط الوفاق بين أمريكا والاتحاد السوفيتي . . . . فهناك السفارات . والممثلون الدبلوماسيون ، وغيرهم .

## الفصل الثالث

### صوت أمريكا

يعتبر صوت أمريكا أكبر سلاح في « جبخانة » الدعاية الأمريكية وهي تهتم بالأخبار وتحليلها ، والتعليق عليها . . وتعرض صورة عن الحياة الأمريكية . . ومن ناحية أسلوب الدعاية والبرامج والأهداف نجد أن صوت أمريكا تجمع الكثير من السمات بإذاعة موسكو . . وقد خفت الدعاية الأمريكية بعد منتصف الستينيات بعد أن كان صوتها يزداد حدة وغطرسة . . وهو يدافع في عصبية عن سياسة جونسون في فيتنام ، ولكن سرعان ما أخذت المحطة تتحول في دعايتها إلى الوداعة وأحياناً اللطف ، أو على الأصح التكلم بأسلوب هادئ ، معبرة عن رأى واشنطن ، ويبدو أن صوت أمريكا يميل في حديثه للمستمعين غير المعادين إلى نوع من الرزانة مع الاهتمام باللغة ، وبالمؤثرات السياسية ، والبلاغات الصادرة ، والأخبار . وإذاعة صوت أمريكا تلتزم بصوت من الصديق أقرب إلى صالحها منها إلى الحقيقة . . فثلاً أشارت إلى أن السلام يعم أوروبا بسبب وجود حلف الأطلسي Natso الذي يقوم على اشتراك القوات الأمريكية وتواجدها في المراكز المهمة ويلاحظ أيضاً أنها مزجت نوادي المستمعين بالسياسة ، الأمر الذي كانت ألمانيا تتعد عنه كل البعد ، في حين تبعه موسكو بحمارة ، ومن ناحية الأسلوب ووضع البرامج والأهداف ، نجد الإذاعة الأمريكية بصفة عامة أقرب إلى النموذج الشيوعي منها إلى الإذاعة المعتدلة ، وإذاعة صوت أمريكا ليست الوحيدة التي تعبر عن واشنطن ، فهناك راديو الحرية ، وراديو أوروبا الحرة ، وإذاعة القوات المسلحة الأمريكية ، والراديو الأمريكي في القسم الأمريكي ببرلين ، وهي تلقى توجيهاتها من مختلف الجهات الرسمية الأمريكية . . مما يجعلها غير متناسقة ، ولكنها تعبر عن الرأى الرسمي الأمريكي . . وأكثرها جموداً إذاعة صوت أمريكا ، فهي ملتزمة أيديولوجياً التزاماً قوياً ، في حين أن راديو الحرية

وراديو أوروبا الحرة يعتبران الصديق كل ما هو أمريكي أو صهيوني ، أو كل ما هو ضد الشيوعية . . ويتميز صوت أمريكا بأنه الصوت الرسمي ، وهو أكبر وحدة في وكالة المخابرات الأمريكية ، ولكن بأي لسان يتحدث أو أية جهة يمثل ؟ . هل هو يمثل أمريكا كشعب ، أو أمريكا كحكومة ؟ أو هو يمثل الرئيس الأمريكي نظراً لأن وكالة المخابرات الأمريكية مسئولة مباشرة أمام رئيس الجمهورية ؟ أم هو يمثل هذه الوكالة التي تقوم بأعمال المخابرات العامة وليس تقديم معلومات . . والموظفون في صوت أمريكا يقولون إن تخطيط الرئاسة يتيح لهم فرصة الاستقلال بالدعاية فهل معنى ذلك ان صوت أمريكا يمثل هؤلاء الموظفين الأمريكيين ، والواقع أن صوت أمريكا كان دائماً يبدأ يشكو من التناقضات في تحديد جهة الرئاسة التي يتبعها .

لقد بدأ صوت أمريكا حياته في عجلة بعد ٧٩ يوماً من هجوم اليابانيين على بيرل هاربر ، ولم يكن لدى أمريكا في ذلك الوقت أى في فبراير عام ١٩٤٢ غير عشرة أجهزة إرسال على الموجة القصيرة أو نحوها ، فصادرتها الحكومة من الشركات التي كانت تمتلكها ، والتي كانت تستخدمها استخداماً عشوائياً في محاولات غير جدية للإرسال باللغات الأجنبية ثم دفعت الحكومة الأمريكية بها لخدمة معركتها في الحرب العالمية الثانية وكانت هذه المحطات تحتاج إلى أجهزة جديدة ، كما كان المشرفون على البرامج بها أحوج ما يكونون إلى معرفة أساليب الدعاية الدولية ، فكانوا في غالبيتهم من الانعزاليين أو من الإداريين الذين لا يهتمون إلا بالإعلانات التجارية ، وكان عليهم أن يتعلموا أساليب جديدة في إعداد البرامج ، فقد كانت السمعة السائدة على المجتمع الأمريكي العزلة السياسية عن العالم ، ثم التجارة مع أية دولة بغرض الربح ولا سيما أمريكا الجنوبية ، وما إن ظهر صوت أمريكا على الهواء حتى بدأت المشاكل ، ولا سيما تحديد دوره في المعركة ، وتحديد الجهة التي تشرف على إدارته ، ودخلت المخابرات العسكرية المعركة ، وكانت مسئولة كاملة عن جميع أنواع الدعاية العسكرية ، واهتم قسم ما وراء البحار في هذه المصلحة بصوت أمريكا وهو الذي خلق شعبة المعلومات الخارجية التي قامت عليها وكالة المخابرات الأمريكية ، واندفع صوت أمريكا في نفس التيار الذي اندفع فيه الحلفاء من ناحية اهتمامهم النسي بالدعاية السرية والعلنية ، ولكن وجد نفسه يتخبط ما بين الإدارة الأمريكية والسلطات العسكرية والأسلوب الإداري التجاري ثم انتهت الحرب دون أن تكون له فاعلية تذكر ، ولم يبدأ في نشاطه الجدى إلا بفضل الجنرال ستيلويل

Stillwell ، حيث أشار إلى وجود عدد من المستمعين له في كوبا لكن لم يستطع صوت أمريكا أن يخلق في نفوس مستمعيه أسطورة الثقة أو خرافة الحقيقة التي أحاطت بالاذاعة البريطانية نفسها بها ، ويقول أحد الأساتذة الأمريكيين عن إذاعة صوت أمريكا إلى أوروبا ما يلي : « كانت دعاية أمريكا إلى أوروبا خلال الحرب دعاية بعيدة عن الموضوع ، ومع ذلك مندفعة ، ليس فيها الاتزان والكبرياء ، ومع ذلك مدعية العظمة متحدية أجهزة الدعاية القائمة فعلا في أوروبا » .

لقد بدأت في العشر السنوات الأولى بعد الحرب المشاكل الحقيقية أمام صوت أمريكا ، فكان الأمريكيان عامة يفزعون من كلمة دعاية ، وكانوا يعتقدون أن هذه الكلمة إما مرتبطة بالنازية أو بالشيوعية ، وأنها في أفضل الأحوال غير ديمقراطية ولا داعي لها ، وكانوا يقولون إن أمريكا قد قامت بواجبها في الحرب ولا داعي للتفاخر ، والأهم من كل هذا لا داعي لصرف أموال على الكذب والتقية على الأجانب ، ولولا خوف الكونغرس الأمريكي من ترك ميدان الدعاية للبريطانيين يحتكرونها بعد خروج ألمانيا منهزمة وفرنسا ضعيفة وروسيا تحاول تدعيم مركزها في شرق أوروبا ، لولا خوف الكونغرس من احتكار لندن لسوق الدعاية - لألقى الكونغرس الاعتمادات الخاصة بالدعاية إلغاء كلياً ، ولكنه اكتفى بإنقاصها ، ثم أتت الحرب الباردة ونجاح روسيا في صناعة القنبلة الذرية وأحداث كوبا ، وسارع الكونغرس الأمريكي في عام ١٩٤٨ بتخصيص اعتمادات كبيرة لصوت أمريكا بعد أن مضت سنة أو أكثر خفت فيها هذا الصوت إلى درجة الاحتضار وترك لغة الكلام للبريطانيين والروس وهكذا عكس الكونغرس سياسته ظهراً عن قلب ، لأنه أدرك أن موقف الروس وسياساتهم غير واضحة . . ونفس الشيء يمكن أن نقوله عن الروس ، الذين نشطوا في إذاعاتهم الدولية قبل ذلك بستين ، لأن سياسة أمريكا لم تكن واضحة ، وهكذا بدأت الحياة تدب في صوت أمريكا ليجلجل بما أسماه ترومان بحملة الصدق ، وهي حملة وضعت خصيصاً لمعارضة حملة السلام التي قام بها الروس . . والواقع أن كلمة الصدق لم تكن الشعار الأول للحملة ، ولكن أراد أحد موظفي الحملة أن يجعل لسياسة ترومان هذا الشعار حتى لا تخرج الصحف أو وسائل الإعلام الخارجية بعنوانين مثل ترومان يعلن حرب الدعاية . . وهذا الوصف الذي وصف به خطابه مفتحاً الحملة كان أيضاً شعاراً لجذب المستمعين .

ولقد رصد الكونغرس ١٢١ مليون دولار لحملة ترومان ضد الشيوعية ، وفي عام ١٩٥١

أنشأ رئيس الجمهورية مجلس الاستراتيجية السيكلوجية كشعبة داخل مجلس الأمن القومي ليقدم له المشورة في خط الدعاية الواجب اتباعه . وفي عام ١٩٥٣ عين الرئيس الأمريكي لنفسه مستشاراً شخصياً في حرب الدعاية ، وهكذا نرى كيف احتلت الدعاية في الحرب الباردة الأهمية اللائقة في سياسة أمريكا .

لعل العنصرية التي تميز بها صوت أمريكا في دعاته ضد الشيوعية تعكس لنا مدى ما كان يعلقه الأمريكيان من أهمية على هذه الدعاية ، وفي عام ١٩٥٣ أنشأت أمريكا وكالة المعلومات والمخابرات الأمريكية ، وأصبح صوت أمريكا شعبة مسئولة أمامها ، وكان من الطبيعي أن تحدث تغيرات بين الموظفين ، وأن تعدل الميزانية . . ولكن بقى صوت أمريكا في تنظيمه الأصلي حتى هذا اليوم . . وفي عام ١٩٥٠ بلغت إذاعات صوت أمريكا ٥٠٠ ساعة في الأسبوع ، وفي عام ١٩٥٥ ارتفعت إلى ٨٥٠ ساعة في الأسبوع ، ثم انخفضت مرة أخرى في السنوات العشر التالية ، ثم زادت بعض الخدمات مثل اللغة الفيتنامية في أواخر الستينيات وأوائل السبعينيات ، ويذيع صوت أمريكا في الوقت الراهن بست وثلاثين لغة إلى جانب بعض اللغات التي يستخدمها في الظروف الخاصة ، وإلى جانب الإذاعات المباشرة على الموجة القصيرة يمتلك صوت أمريكا ووكالة المخابرات الأمريكية مراكز خارجية تقوم بإعداد برامج في ٤٠٠٠ محطة محلية ، غالبيتها في أمريكا اللاتينية . . وبلغت ميزانية صوت أمريكا في عام ١٩٨٠ حوالى مائة مليون جنيه فيما كانت في ١٩٧٤ حوالى ٥٠ مليون دولار في حين كانت ٣٩ مليوناً في عام ١٩٧٠ ، و ١١ مليوناً في عام ١٩٤٨ ، ومعنى ذلك أن ميزانية صوت أمريكا تعادل ميزانية راديو الحرية وأوروبا الحرة مجتمعين ، بل تريد على ميزانية الخدمات الخارجية في الإذاعة البريطانية بحوالى الربع ، وعلى الرغم من ضخامة هذه الميزانية يرى المهيمون على صوت أمريكا أن هذا المبلغ لا يكتفى لتغطية نفقات ما يزيد على ١٥٠ جهاز إرسال يملكها صوت أمريكا ، منها ٢٧ جهازاً خارج الولايات المتحدة ، ومهايا ٢٣٠٠ موظف . ويدعى الموظفون أن رواتبهم زهيدة جداً ولا تقارن برواتب قرائتهم في الإذاعات التجارية ، والواقع أن ميزانية صوت أمريكا تعلق وتنخفض بعلو الترمومتر السياسى وانخفاضه ، فإذا انخفضت الحرارة سُرِح الموظفون الزائدون على الحاجة .

وفي عهد الرئيس كيندى تولى ايد مارو E.D. Marrow رئاسة صوت أمريكا ، وكان من

أصدقائه ، واشتهر في الحرب العالمية الثانية بما كان يرسله من تقارير من لندن ، ثم اشتغل بعد ذلك في التليفزيون ولمع نجمه فيه ، وتوالى الشخصيات الأمريكية على شغل هذا المنصب مما أدى إلى ما يسميه الموظفون هناك بالتوتر الخلاق ، وهو عبارة صريحة عن الاضطراب أو اللخبطة . ، فهناك نوع من الغموض والسلية بين الجهاز الإداري والجهاز البرنامجي يتمثل في مجلس المديرين أو المكاتب السياسي الذي يصدر يومياً تعليمات مختلفة بما يتبع في الأقسام اللغوية ، وهو مسئول مباشرة أمام الكونجرس ووزارة الخارجية ورئيس الجمهورية .

أما العاملون في الإذاعة نفسها فيطالبون بنوع من الاستقلال داخل نطاق وكالة المعلومات الأمريكية ولكنهم من جنسيات مختلفة ، ويقوم الموظفون بقراءة التوجيهات يومياً إلى جانب تقارير المراسلين الأجانب الذين ينشطون داخل مكاتبهم في السفارات الأمريكية في الخارج ، والذين يتدارسون فيما يكتبونه بتقاريرهم مع ممثلى وزارة الخارجية وموظفيها بالسفارات ، وهناك أيضاً ميثاق يرجع إلى عام ١٩٦٠ يحدد بعض السياسات التى يتبعها صوت أمريكا ، وينص على أن يكون إنتاجه موثقاً به ورسمياً ودقيقاً ، على أن صوت أمريكا يمثل أمريكا ولا يمثل أية شرعة من مجتمعتها ، وعليه أن يقدم سياسة الولايات المتحدة واضحة وبطريقة فعالة كما يقدم المناقشات الحادة واتجاه الحكومة في هذه السياسات ، ويرى الإذاعيون في صوت أمريكا أن هذا التوجيه يخول لهم الحرية في تأويل الأخبار كما يرون ، وأن هذا الميثاق ليست له شرعية ملزمة . . والواقع أن القيود المفروضة على التعليقات التى تصدر عن صوت أمريكا ليست نتيجة تريد في إصدار التوجيهات من أعلى ، ولكن نتيجة كتابة التعليقات بمعرفة الموظفين في صوت أمريكا ، في حين أن الإذاعة البريطانية تعتمد في كتابة التعليقات على كتاب خارجيين ، على أن تقوم الجهات المسئولة باختبارهم بحيث تتقارب آراؤهم من آراء وزارة الخارجية ، ولهذا نجد أن صوت أمريكا يمثل وجهة النظر الحكومية وهى وجهة محدودة الرأى والاتجاه . . وحتى إذا ما استخدم صوت أمريكا صحفيين مأجورين لكتابة مواد السياسية أو لمراسلته من الخارج ، فإن كتابتهم وتقاريرهم محدودة النطاق لقلة المادة المتاحة لهم ولطول المواصلات بين واشنطن والمكاتب الخارجية ، أو واشنطن وهؤلاء الكتاب المأجورين . . وفى عبارة أخرى لا يتلقى هؤلاء الكتاب توجيهاتهم فى الوقت المناسب ، ولكن هناك خدمة تكاد تكون مستقلة هى الخدمة الأفريقية ، وهناك أيضاً محطة إرسال قائمة بذاتها في جزيرة روديس تذيع بالعربية ، ويتحكم الموظفون فيها فيما يذاع عليها بمختلف اللغات .

أما عن تلوين الأخبار والتعليقات ، فإن ما يحدث هو أن المحررين يتبعون سياسة وزارة الخارجية مع تعديلات طفيفة . . . ويكفي مجرد مكالمات تليفونية لمعرفة التوجيهات ، ولم يكن موظفو صوت أمريكا يختلفون مع الموجهين في الخارجية الأمريكية ، فيما عدا حادثاً واحداً فقط ، حينما أرادت الخارجية خنق خبر إعدام رئيس الوزراء مندريس تلبية لرجاء الحكومة التركية . ولكن المشرفين في صوت أمريكا أذاعوا الخبر كما أذاعته المحطات الأخرى . . . وحدث خلال أزمة كوبا أن كان ألن وزير الخارجية غير راضٍ عن تكليف الحملة ضد كاسترو ، ومن ثم أرسل أحد موظفي الخارجية ليشرح على سياسة صوت أمريكا ، وبالفعل تم ذلك مع بعض الاحتجاجات النابعة من الشعور بالمهانة وليس نتيجة معارضة الموظفين للسياسة الرسمية أو تأكيد لاستقلال صوت أمريكا . أما عن الأخبار الداخلية فللمحررين بها حرية أكبر ، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود جهاز واحد للتوجيهات الخارجية والداخلية ، ويجهد صوت أمريكا من أجل التعبير عن أمريكا ككل وليس شريحة من مجتمعاتها . . . وهو إذا لم ينشر المشاكل الداخلية عندما تشرها وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى التي لا تخضع للحكومة قد يفقد مستمعيه ، وبالمناسبة ليس من المعروف تماماً عدد المستمعين ، ولكن يقدر موظفو صوت أمريكا عددهم بخمسين مليون مستمع في الأسبوع ، وفي ذلك مبالغ واضحة ، وقد حاول الكونغرس في مناسبات عديدة ، ولكن دون جدوى ، معرفة مدى فاعلية هذه المحطة ، وهل لها أثر أم لا . . .

والواقع أن صوت أمريكا كغيره من المحطات التي تذيع برامج أجنبية يعمل في شيء من الظلام ، بسبب عدم معرفته مشارب المستمعين وآرائهم . . . ويولى صوت أمريكا بعض اللغات أولويات خاصة تتمثل في عدد ساعات الإرسال الأسبوعية ، ومن هنا نجد أن الاتحاد السوفيتي يحتل المركز الأول في اهتمام الإذاعة الأمريكية للوجهة ، إذ تذيع له ١٦٨ ساعة في الأسبوع ، بما في ذلك دول بحر البلطيق « استونيا وليتوانيا ولاهيا » ثم جورجيا وأوكرانيا وأزبكستان وأرمنيا ، ثم تأتي الصين ويذيع لها سبعين ساعة باللغة المندارية ، وكانت فيتنام تأتي بعد الصين ٥٦ ساعة ، ثم العربية والأسبانية إلى أمريكا اللاتينية « وكل منها ٤٩ ساعة » . أما أوروبا الشرقية فيما عدا الاتحاد السوفيتي فيذيع لها ٨٧ ساعة أسبوعياً ، واللغة التي تحتل المقام الأول في عدد ساعات الإرسال هي الإنجليزية ( ٢٢٢ ساعة أسبوعياً ) نظراً لانتشار التكنمين بها في مختلف أنحاء الكرة الأرضية ، ويمكن سماع الإنجليزية الصادرة عن صوت أمريكا في

الاتحاد السوفيتي وبعض دول أوروبا الشرقية ، وإن تكن هذه المنطقة ليست منطقة سقوط إشعاع أصيل .

وهذه الأرقام كانت حتى أواخر عام ١٩٧٨ وأوائل عام ١٩٧٩ وهي ترينا أن صوت أمريكا يهتم اهتماماً كبيراً بالشويعيين كما كان يهتم بالفيتناميين . . ونلاحظ أن الإذاعة إلى شمال فيتنام بعد أن عبرت القوات الوطنية خط التقسيم في ربيع ١٩٧٢ كانت ١٨ ساعة يومياً ، ثم انقصت بعد العبور إلى مستواها الحالي وهو نصف هذه الساعات ، ويلاحظ أيضاً أن وكالة المخابرات الأمريكية تستعرض عادة عند اللغات وساعات إرسال كل منها كل بضع سنوات ، ولكن ليس من المعتاد إنقاص ساعات الإرسال كما حدث بالنسبة للغة الفيتنامية ، ومن ثم يتظر أن تبقى ساعات الإرسال الحالية فترة من الزمن إلا إذا حدثت تغيرات أساسية كبرى غير متوقعة . . وقد يتساءل المرء هل الوفاق بين روسيا وأمريكا أثر على الإذاعات الثانية إلى الاتحاد السوفيتي ، ويرد على ذلك نائب مدير عام صوت أمريكا ، بأن السياسة لم تتغير ولكن الأسلوب هو الذي تغير ، خاصة بعد أن ألغى التشويش فزاد صوت أمريكا من فترة الموسيقى وأجاد نوعيتها ، كما أخذ يعمق المواد المذاعة ويجودها ، وشرع في صيغ الإذاعات كلها بصيغة إنسانية ، وقد لاحظ الكثيرون أن لهجة صوت أمريكا بعد الوفاق خفت حتى أصبحت ودية للغاية ، ويرد أحد الأمريكيين على ذلك بأن صوت أمريكا لا يزال يهتم بأعدائه في الأيدولوجية أكثر من اهتمامه بأصدقائه الموالين له ، فقد ألغى الإيطالية واليابانية ، كما لا يوجه أية إذاعة إلى إنجلترا بالإنجليزية ، كذلك توقف اهتمامه بأفريقيا بعد أن توقف صوت أفريقيا الحر من القاهرة إثر استقلال الدول الأفريقية ، أما إذاعات أمريكا بالأسبانية والبرتغالية إلى أمريكا اللاتينية فهي هامة من الناحية السياسية وتستغرق ٤٩ ساعة في الأسبوع بالأسبانية و ٢١ ساعة بالبرتغالية .

وبحاول المشرفون على صوت أمريكا الاهتمام بالإذاعة الموجهة إلى الصين ، بعد أن تمكن عدد من الأجانب من رصد الموجة الأمريكية وسماعها بوضوح في الصين ، ولكن ليس هناك ما يؤكد وجود مستمعين لصوت أمريكا هناك ، في حين تدل الشواهد على وجود بعض المستمعين لصوت أمريكا في روسيا ودول أوروبا الشرقية .

وإلى جانب صوت أمريكا توجد المحطة الأمريكية في القطاع الأمريكي ببرلين ، وقد بدأت عملها في عام ١٩٤٦ وهي تخضع للمندوب السامي الأمريكي في ألمانيا .

وهناك إلى جانب صوت أمريكا والمحطة الأمريكية في برلين راديو الحرية وأوروبا الحرة ، وهما هيتان أمريكيتان على هيئة شركات عامة ، وتقوم وكالة المخابرات الأمريكية بتمويلها ، وكان هناك رأى بضمهما إلى صوت أمريكا ، ولكن صرف النظر عن ذلك في عام ١٩٧٣ ، لأن صوت أمريكا في عرفهم هو الصوت الرسمي للولايات المتحدة ، وهو كأي قسم من أقسام المخابرات الأمريكية يهتم بالتطورات الأمريكية ، خاصة ما كان منها متعلقاً بالشئون الخارجية ولا يهتم كثيراً بالتطورات الداخلية في الدول المستهدفة ، أى أنه لا يتدخل في شئونها الداخلية في حين يهتم راديو أوروبا الحرة وراديو الحرية في المقام الأول بشئون الدول المستهدفة ، خاصة الداخلية منها ، إذ يذيع معلومات عن الظروف والأحوال والاتجاهات السائدة فيها مع نقد المشاريع الشيوعية ومهاجمة الاشتراكية . . ولما كان هذا ممنوعاً دولياً رؤى إبقاء المحطتين الأمريكيتين على حالتها باعتبارهما لا يعبران عن الرأى الرسمي للحكومة الأمريكية وتاريخ صوت أمريكا يختلف عن تاريخ راديو أوروبا الحرة وراديو الحرية ، فصوت أمريكا هو نتاج الحرب الماضية في حين يُعتبر الأخيران من مخلفات الحرب الباردة ، ونلاحظ أن راديو أوروبا الحرة أنشئ في ديسمبر عام ١٩٤٩ كشركة لا تبغى الربح ، ومقرها الرسمى ولاية نيويورك ، وبدأ فعلاً إذاعته في ٤ يولية عام ١٩٥٠ على جهاز إرسال صغير قوته ٧,٥ كيلووات ، مركب على عربة متقلبة قرب « دانهام » ثم أخذ ابتداء من مايو عام ١٩٥١ يوجه برامج مستقلة إلى الدول الاشتراكية في شرق أوروبا ، أما راديو الحرية فقد أنشئ في عام ١٩٥١ على هيئة شركة مقرها ولاية ديلاور ، ولكن لم يبدأ إذاعته إلا في مارس ١٩٥٣ ، واتخذ لنفسه اسم راديو الحرية في ديسمبر عام ١٩٦٣ وكلا المحطتين تعملان في ميونيخ ويستخدم راديو أوروبا الحرة أجهزة إرسال موجودة في ألمانيا والبرتغال في إرسال برامج باللغات البولندية ، والتشيكية ، والسلوفاكية ، والرومانية ، والمجرية ، والبلغارية ، أما راديو الحرية فيمتلك محطات إرسال في ألمانيا وأسبانيا وتايوان ، ويذيع بالروسية وبلغات دول البلطيق ، ويقوم أيضاً بالتصنت على الإذاعات الشيوعية وبالبحوث والتحليلات السياسية ويدعى راديو أوروبا الحرة أن ٦٠٪ من شعب رومانيا كان يواظب على الاستماع له عام ١٩٧٨ ، و ٥٧٪ من شعب بولندا ، و ٥٥٪ من المجر ، و ٤٣٪ من بلغاريا ، و ٣٩٪ من تشيكوسلوفاكيا يستمعون له ، منهم الثلثان من المستمعين المنظمين ، ومعنى المستمع المنظم هو ذلك الشخص الذى يستمع إلى المحطة مرتين أسبوعياً ، وتقدر إذاعة أوروبا الحرة عدد المستمعين إليها بنحو ٤٠ مليون

نسمة في الاتحاد السوفيتي .

والعاملون في هاتين المخططين هم من المهاجرين الذين يأخذون أوامرهم من الأمريكيين ، ولقد أبانت اللجنة الجمهورية التي شكلت للدراسة أن القوة المحركة وراء راديو الحرية وأوروبا الحرة ما يلي : القوة المحركة للمخططين هي أمريكا ، وهما مسجلتان بناءً على أوامر من الحكومة الأمريكية ، ويضع سياسة المخططين ويشرف عليها كبار الإداريين الأمريكيين من رجال الاحتلال في أوروبا وغالبية الموظفين فيها من الأجانب الذين تجنبوا بالجنسية الأمريكية ، وتلقى المخططان اعتماداتها من أمريكا ، سواء بطريقة سرية أو علنية ، وقد دأبت وكالة المخابرات الأمريكية على تخصيص مبالغ هاتين المخططين منذ ٢٠ سنة ، وبمضي الوقت انكشف الأمر ، وأوصى تقرير اللجنة الجمهورية بإيقاف التمويل السري للمخططين ، وجاء فيه أيضاً : « والمخططان هما شركتان تخضعان للقانون الأمريكي ، وظهرتا إلى عالم الوجود بإيعاز من الحكومة نفسها ، ويشرف عليهما كبار الموظفين الأمريكيين لقوات الاحتلال ، وهم الذين يحددون اللغات وماعات الإرسال وسياسة التشغيل الدعائية ، وإن كان هناك عدد من رعايا دول أوروبا الشرقية الذين تأمروا ، إلى جانب عدد من الأوروبيين الآخرين ، وجميع الاعتمادات التي تصرف على هاتين المخططين أمريكية » ، وأشارت اللجنة في تقريرها إلى أن « وكالة المخابرات الأمريكية في تمويلها المخططين بطريقة سرية تعمل على التويه على المستمعين وعلى الكونغرس الأمريكي » وأوصت بأن تقوم الحكومة الأمريكية بتوفير نصف الاعتمادات اللازمة لتشغيل المخططين ، مؤمنة أن يقدم رعايا أوروبا الغربية ما يلزم من اعتمادات إضافية عن طريق التبرعات ، ولكن لم يحدث شيء من ذلك ، وتعين على الحكومة الأمريكية دفع جميع النفقات .

ويتولى المجلس الأمريكي للإذاعات الدولية الإشراف على كل من أوروبا الحرة وراديو الحرية ويمثلها في الكونغرس ، ومهمته توفير الأموال اللازمة لها ، أما فكرة جمع تبرعات لتشغيل المخططين فقد ولدت ميتة .

وصلة وكالة المخابرات والمعلومات الأمريكية بها عرضية وليست المسألة أن يكون الإشراف لها ، بل هل تبقى المخططان أولاً تبقيان ؟ والمحك في ذلك تأثير الإذاعات الصادرة منها ، سواء على الشعب أو على الحكومات المستهدفة ، وفي عبارة أخرى هل تقوم المخططان بإثارة الشعوب وحضها على الثورة ؟ وهل في إذاعتيهما ما يضر بالوفاق بين الدولتين العظميين ؟

وأول ما يرد على الفكر - رداً على التساؤل الخاص بالإثارة - أن عملية الخفض على الثورة التي حدثت في المجرف عام ١٩٥٦ لتواكب العدوان الثلاثي على مصر هو أمر انتهى وانقضى ، وليس هناك من الوثائق ما يثبت أن إحدى المخطتين قامت بعد عام ١٩٥٦ بتحريض الناس على الثورة والتظاهر في الشوارع بصورة علنية ، ويعترف المشرفون على أوروبا الحرة أن كل الأثر الذي تركه الإذاعات الصادرة عن هذه المحطة أن تثير الخوف في نفوس الناس مما يدفعهم إلى المبالغة في رد فعلهم . . فمثلاً عندما تحدثت أوروبا الحرة في أكتوبر عام ١٩٦٥ عن لجنة الأمم المتحدة ظن المجريون أن التدخل الأمريكي سيؤدي إلى ما يشبه الوضع في كوريا ، ومما يكن الأمر ، فأوروبا الحرة قد فعلت ما كان يحاول فوسر دلاس تجنبه عندما قال في عام ١٩٥٠ : « نحن لا نرغب في أن نقول للشعوب الأسيرة في شرق أوروبا ماذا فعل الاتحاد السوفيتي مع الوطنيين البولنديين في وارسو » . . ومعنى ذلك نحن لا نرغب في التهجير بهم بشأن التحرير ، وبعد حادث المجر تراجع المخططان عن هذه السياسة ، وقد أشار أحد الزعماء المجريين إلى ذلك فقال : « لم يعد راديو أوروبا الحرة يدعو مستمعيه إلى الثورة على الاتحاد السوفيتي أو الحكومات الاشتراكية ، ولكن من الخطأ أن نأخذ مثل هذه التصريحات قضية مسلماً بها ، خاصة أن عمليات الاقتباس المشوهة التي درجت عليها وسائل الإعلام الأمريكية إلى جانب عمليات تحليل النتائج أو الآثار المترتبة على هذه العبارات المقتبسة خطرة ، إذ هي تلقى في روع المستمع ما يسمعه حقيقة . . في حين أنه غير ذلك » .

ما هي الحقيقة ؟ الحقيقة بالنسبة للرجل الشيوعي تختلف عن الحقيقة بالنسبة لغيره ، فمثلاً الأخبار والتأويلات أو التفسيرات التي تختارها إذاعات أمريكا الرمادية « أوروبا الحرة و راديو الحرية » ليست حقيقة ، بل هي ستورة . . ولكنها في نظر المشرفين على هاتين الإذاعتين صادقة ، لأن أجزاءها صحيحة بغض النظر عن كليتها . . ومعنى ذلك أن أوروبا الحرة و راديو الحرية كانتا ولا تزالان مناهضتان للمذهب الشيوعي . . فهذه رسالتهما ، ومبدأ مناهضة الشيوعية يحتم أن تكون مهمتها مختلفة عن أية إذاعة أخرى ، فالبرامج الصادرة من ميونيخ فيها استغزاز للحكومات الشيوعية ، إذ تحتوي على أقوال الممارين من الحكم الشيوعي ، ومقتطفات من الكتب المحرمة في الاتحاد السوفيتي ، ويدافع عن ذلك راديو الحرية فيقول : « تمثل القراءات من النصوص المقتبسة حوالي ٢٥٪ من برامج راديو الحرية ، وهي تساعد الشعب السوفيتي في التغلب على نظام الرقابة الصارم عن طريق إذاعة نصوص الكتب لكبار

المفكرين الروائيين مثل : سوزنهيلين Salzhenteyn وباستوتاك Pusternak والعلماء مثل زخاروف مبدفوف Sakharov Medvedev ، ونشر آراء مختلف القوميات داخل الاتحاد السوفيتي مثل الأوكروانيين وأهالي القرم والتتار والليتوانيين ، وإذاعة صحبات المدنيين السوفيتي الذين ينادون بالحرية الدينية لم تعد ذا بال ، أو يلاحظ أن الدين في الاتحاد السوفيتي لم يعد يشكل عقبة بسبب انقراض المتيدين من كبار السن ، وعدم تعليم الدين بالمدارس .

والواقع أن راديو أوروبا الحرة وراديو الحرية يحاولان تقديم برنامج عام في خدماتها اللغوية لينافس البرنامج العام الذي تقلعه الإذاعة الوطنية في كل دولة مستهدفة ، وهما في ذلك يخالفان العرف الدول وسياسة جميع المحطات الدولية . ولقد نجحا بعض النجاح في بعض الدول . فمثلا البولنديون يسمون البرنامج الأمريكي باللغة البولندية «وارسو» نظراً لأن هناك ثلاث قنوات إذاعية في العاصمة وارسو . وهذا الدور الذي تؤديه المحطتان الأمريكيتان في الحقيقة يرمي إلى الخط من سلطة الدولة بإنشاء وسيلة اتصال جماهيرية لا تخضع لها بل تقضها . والمشكلة هنا ليست في احتكار الدولة للإذاعة وهل هو صحيح أو خاطئ لكن المشكلة هي هل يحل للدولة أجنبية أن تتدخل لكسر احتكار دولة أخرى للإذاعة ، ويدافع أصحاب هذا الرأي من رجال الدعاية الأمريكية بأن الشعب في داخل الدول المستهدفة يتوق إلى مصدر بديل للمعلومات والرأي ، ولقد اقتبس تقرير اللجنة الجمهورية ما قاله ألكسندر سولز نستين الفائز بجائزة نوبل في محاضرة له : « إن ما يسمعه سكان أوروبا الشرقية من آراء مختلفة هو ما يذيعه راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة » . ولقد دافع هذا العالم عن وجود الإذاعتين الأمريكيتين ، فقال : العالم المقهور على أمره والذي لا يسمح له بالتجاوب روحياً مهدد بالدمار والقضاء إذا لم يسمح للعلوم والمعرفة والتعاطف والمودة بالانتقال من نصف العالم إلى نصفه الآخر . وهو يعنى من الدول الديمقراطية إلى الدول الشيوعية ، وهذا يمثل خطراً كبيراً ، خطر كبت أو خنق المعلومات ، فلا يسمح لها بالتدفق الحربي جزئياً أو نصفي الكرة الأرضية ، فتحولت المنطقة المحيطة إلى عالم لا يسكنه أناس من أهل الأرض ، بل تجريدات عسكرية لا تعرف شيئاً عن العالم وراء حدودها وكل ما يهملها أن تكون على استعداد لأن تهب وتنقض على الحدود ، ولقد أثار هذا العالم وغيره من المنحدرين من أصل روسي في شهادتهم أمام اللجنة فائدة الإذاعات الصادرة من سيونينج ، ولكن ليس هؤلاء الناس هم كل الناس ، وليس جميع الروس يرون في التأييد الأمريكي عن طريق راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة

لقضاياهم بركة جامعة ، بل إن كثيراً من المنشقين الروس يتادون بالإصلاح ويختلفون مع الرأي السابق ، ويرون أن التأيد الذى يلقاه اللاجئون الروس من اليمينيين فى ميونخ وصمة هم فى نظر السلطات الشيوعية ، بل يمنع المصلحين من المناذاة فى إصرار على أوجه الإصلاح ويادون بأن هذا التأيد يعطى اليساريين المتعصبين الفرصة لأن يصفوهم بأنهم أعداء للشعوب السوفيتية ، بل إن نشاط راديو الحرية وأوروبا الحرة يشط من عزيمه المصلحين ، إذ يرون محطات أجنبية تحاول أن تقوم بعملهم . . وإذا كان فى استطاعة الصين أو أية دولة أخرى أن تعيش بدون برنامج عام يهيمن عليه الأمريكان ، فلماذا يستثنى من ذلك الروس وشعوب شرق أوروبا . وبدعى المهيمنون على راديو الحرية وأوروبا الحرة أنهم سيكونون قبل غيرهم بإذاعة الأخبار ، وأن هناك أخباراً لا يذيعها سواهم كذلك التى تلغى أو تهمل عن قصد فى الدول المستهدفة ، وإذا ما كانت محطات الإذاعة الغربية تسمح لنفسها بإذاعة مثل هذه الأخبار ، فلماذا لا تذيعها المحطتان الأمريكيتان ، ويقول المهيمنون على المحطتين إنهم يستطيعون إذاعة وتطوير الأخبار وصبغها بصبغة داخلية بحتة ، وإن فى استطاعتهم أن يردوا أسرع من المحطات الأخرى ، وفى تفصيل أدق ، ويستشهدون بأن ٥٧٪ من سكان بولندا عندما سئلوا عن مظاهرات جدانسك Gdansk قالوا إنهم سمعوها لأول مرة من أوروبا الحرة التى التقطت الخبر من جهاز إرسال على أو إشارة لاسلكية ، ولقد رفضت المحطات البولندية الرسمية أن تذيع الخبر بالتفصيل . وقد تستطيع المحطتان الرد على النقد الموجه لهما ، ولكنها لن تستطيع أن تقدم تبريراً معقولاً لإنشاء برنامج عام للدولة ما ، تشرف عليه دولة أجنبية ويعارض البرنامج العام الوطنى الذى تقدمه الدولة المعنية .

ومها يكن من أمر من المسلم به أن من الممكن الانتفاع بمزايا الإذاعات على الموجة القصيرة إلى الدول الشيوعية بدون وجود راديو الحرية وأوروبا الحرة فى شكلها الراهن ، وقد يكون ذلك بتعديل جذرى لهاتين المحطتين مع تغيير فى الاسم واستبدال للموظفين بآخرين ، مما يزيد من حجم الاستماع ، إذ لاشك فيه أن شهرتها الهدامة تقلل من تجاوب الشعوب نحوها ، ولكن يرد على ذلك أيضاً بأن تغيير الاسم وحده لا يفيد ، فالحاجة تقضى بإغلاق المحطتين فى مقابل تسهيل الاتصال بين شطرى أوروبا ، والسماح بالزيارات ، وتبادل الصحف والكتب والأفلام ونحويل الشعوب قدرأ أكبر من الحرية ، بحيث تستطيع أن تتجه من الشرق إلى الغرب أو من الغرب إلى الشرق بدون قيود ومغالة ، هذا وينظر الأمريكان إلى المحطتين باعتبارهما رصيد

كبير وهام ، لا يمكن التنازل عنه إلا إذا قدّم الروس تنازلات تستأهل إيقاف هاتين الإذاعتين . . أى أنهم يتخذون منها ورقة يلعبون بها في المفاوضات مع الاتحاد السوفيتي ، ولقد أظهر الروس في مؤتمر جنيف الخاص بالأمن الأوربي أنهم يعتبرون المحطتين بمثابة عناصر هدامة ، وأنها تعملان بالجناسوسية ، وقد حاولت روسيا باستمرار الضغط على ألمانيا الغربية لطرد المحطتين من أرضها ، كما لم يتوقف الروس عن التشويش على المحطتين المذكورتين ، وإن كان قد توقف في مؤتمر جنيف بالنسبة للمحطات الغربية الأخرى .

والواقع أن المحطتين الأمريكيتين برغم أنها يؤديان دوراً بارزاً في الدعاية فإنها ليسا بالسلاح الوحيد في ترسانة الدعاية الأمريكية . . فهناك صوت أمريكا والمحطة الأمريكية في برلين ، وشبكة الإذاعات التابعة للقوات المسلحة الأمريكية ، والتي يرجع تاريخها إلى عام ١٩٤٣ . ويلاحظ أن إنشاء راديو أوروبا الحرة كان في الرابع من يونيو أيضاً ، وقد كتب فولبرايت عضو مجلس الشيوخ الأمريكي عن راديو وتليفزيون القوات المسلحة الأمريكية قائلاً : إن احتمال إساءة استخدام إذاعة القوات المسلحة وتليفزيونها أمر مقلق تماماً ، خاصة أنها يمثلان أكبر شبكة إذاعية وتليفزيونية في العالم تخضع لرقابة واحدة ، ولها مستمعون ونظارة من خارج القوات المسلحة الأمريكية وخاصة في آسيا . . أضف إلى ذلك وجود عدد من المحطات التجارية الصغيرة التي تذيع على موجات قصيرة مثل محطة Wtul من نيويورك ، والأهم من هذا وذاك أن الروس يقدرّون تمام التقدير ما تملكه أمريكا من أجهزة أطلقوا عليها اسم الاستعمار الإلكتروني ، ويسمونها البعض من النقاد وسائل الاتصال الدبلوماسية ، ولعل الدعاية المباشرة بالإذاعة أصبحت أوسوف تصبح قريباً من الأمور القديمة ، فالدعاية لا تقتصر الآن على وسائل الاتصال التقليدية . . فهناك أيضاً الاستعراضات والأفلام والأقمار والخدمات السلكية واللاسلكية والوكالات - والتي تمثل الأخبار الأمريكية فيها القسم الأعظم - وغيرها ، والدعاية في نظر البعض تمتد إلى الثقافة ، وبالتالي تدخل اللغة وصفقات الطعام والإعلانات والترفيه والتبادل الثقافي في وسائل الدعاية ، فلم تعد فكرة الدعاية في نظرهم تقوم فقط على أفكار يتلقاها المواطنون المتسامحون ، بل هي أكثر من ذلك ، وتأثير أمريكا مستند في غالبية الأحوال من الصفة الأمريكية ، في كل الأسواق ، والواقع أن أمريكا تسلّطت إلى جميع وسائل الاتصال التقليدية وغير التقليدية في بلاد العالم بطريقة أوبأخرى . . وهذا التسلل لا يمكن فصله عن الصور الثقافية الشاملة الأخرى ، فهو سنة تسم

بها هذه الصور ، وهو يهدف إلى ضرب الاشتراكية بجميع أشكالها ، والحافظ الرئيسى الذى يعتمد عليه الأمريكيون فى ضرب الاشتراكية هو الحياة الرفيعة التى يعيشها الناس فى الولايات المتحدة ، سواء الحياة المادية أو الفكرية .

وفى عام ١٩٦٤ أكدت لجنة الشؤون الخارجية بالكونغرس أن الزيادة الأخيرة فى تأثير الجموع الشعبية قد خلقت بعداً جديداً تعمل فيه السياسة الخارجية ، وأعلن تقرير أمريكى آخر أن الاتصال اللاسلكى قد تقدم وتطور ، بحيث أصبح فى بعض الأحوال وسيلة للضغط فى السياسة الخارجية ، بمعنى أنه قد انتهت بدون رجعة الأيام التى كان يستطيع فيها دين اتشيون وزير الخارجية السابق أن يتندر أو يستهزئ برد فعل الأجانب على الدعاية الأمريكية أو كما قال دالاس إذا أخذت فى اعتبارى ما تفكر فيه الشعوب الأخرى أو ما تشعر به أكون قد انحرفت عن واجبى ، والواقع أن دالاس غير من رأيه هذا فيما بعد ، وقد أصبح الأمريكيون اليوم يشعرون بحساسية أكبر أمام رأى العام الدولى والمحلى ، مثال ذلك : فيتنام ، والاضطرابات العنصرية ، وفضيحة ووترجيت ، وغير ذلك من المثالب القومية . . التى أثرت فى سمعة أمريكا الخارجية ، والتى لا يمكن تصحيحها بسهولة .

والرسميون وغير الرسميين يتفقون على وجوب تقديم الوجه الباسم لأمريكا فى الخارج ، بعد أن اتضح أن الأفلام التى تعرض حياة الأمريكان كان لها تأثير كبير على الشعوب سواء رضى بذلك الأمريكيون أو لم يرضوا ، ومن الواضح أيضاً أن هذا الشعور الذى تركته صور الحياة الأمريكية فى نفوس الشعوب الأخرى لا يمكن لأية حكومة أن تحمد منه أو تنقصه ، بل إن الدوائر الحكومية الأمريكية أصبحت تعتمد على مجموعات الأفان كأساس فى الدعاية بالإذاعة ، حتى وإن كانت لا تمثل كل وسائل الدعاية ثم إن التناقض بين برامج الإعلان الأمريكى والبرامج الترفيية وغيرها ، والإصرار الواضح على الخط الأيديولوجى هو الذى يجعل دعاية صوت أمريكا فجأة بشكل تظهر معه بعض الأحيان وكأنها تعيش فى زمن مضى ، فالمراسلون مثلاً يتميزون بصوت جاد عميق وبطىء ، وكأنهم يحسبون الكلمات والمناقشات تدار فى جدية زائدة عن الحد ، أى أن صوت أمريكا لا يترك المتحدثين على سجيته بدون تكلف ، والواقع أن صوت أمريكا باعتباره الصوت الرسمى للولايات المتحدة لا يمكن إلا أن يكون رسمياً ، وليس هناك من سبيل أمامه لإخفاء التبرة الأيديولوجية فى إذاعته ، ولم يستطع أن يتعد عن هذا الشكل الرسمى ، أما راديو أوروبا الحرة وراديو الحرية فهما أميل إلى الطريقة

الألمانية ، القائمة على التبرة الخفيفة المرحة والعاطفة ، بل إن راديو القوات المسلحة قد غدا وكأنه محطة تجارية ، فرفع الكلفة بينه وبين المستمعين ، وقد يعود ذلك في المقام الأول إلى أنه يستعير الكثير من مواده من المحطات التجارية ، وقد يكون من الخطأ أن يقدم صوت أمريكا الرسمي نشرات موجزة كذلك التي تقدمها الإذاعات التجارية .

والمشكلة أعمق من ذلك ، إذ لا تمثل في القوالب الإذاعية ، بل في المضمون ، والسؤال : هل يقتصر صوت أمريكا على تقديم صورتها الإيجابية فيعرض الجوانب الطيبة التي قد تهللها وسائل الاتصال الأخرى ؟ أو يعرض الجوانب الطيبة إلى الجوانب غير الطيبة ؟ ولقد توألى على صوت أمريكا عدد من المديرين ، وكان لكل منهم رأى ، وكانت النتيجة تطبيق مبدأ « خبر الأمور الوسط » وقد أدى ذلك إلى سياسة التوازن التي يعتقها الكثيرون من المحافظين الأمريكيين بسبب عداوتهم للشيوعية ، ويرون وجوب التفاضل عن تقديم تفاصيل الاضطرابات العنصرية في أمريكا للشعوب الروسية ، ثم هناك من يستقد تبعية صوت أمريكا لوكالة المخابرات الأمريكية ، فهي مصلحة مخابرات مها كان أمرها ، وجميع وكالات المخابرات مكروهة ، كما أنها تشن يوماً بعد يوم هجمات جافة عملة على الاتحاد السوفيتي والصين ، ولا تتورع عن استخدام عبارات وقحة وسمجة ، وكان الأجدى بها أن تحوّل المعادين لأمريكا إلى محايدين على الأقل بالكلمة الطيبة والأسلوب المترن ، وهناك من يقول بأن إذاعة صوت أمريكا تميل في دعايتها إلى القسوة ، أو أنها غير إنسانية ، ولكنها اليوم وبعد الوفاق تحاول أن تؤكد حسن نية أمريكا ، ولكنها لا تأخذ طريقاً وسطاً في دعايتها . . . والواقع أن إذاعة صوت أمريكا اليوم لا تزال ملتزمة بخطها المناهض للشيوعية ، وإن كانت تتجنب في نفس الوقت الحملات القاسية التي كانت تثيرها في الخمسينيات والستينيات ، وفي الوقت الحاضر تحل المعلومات والأخبار - وإن كانت بصورة مؤقتة - المركز الأول والمشكلة مع صوت أمريكا أنه عندما يتحدث وزير الدفاع مثلاً تنقل الإذاعة جميع ما يذكره في خطابه ، كما تبالغ في ذكرها الافتتاحيات المتضاربة وردود الفعل الدولية محاولة أن تقول للعالم : انظروا حال ديمقراطيتنا ، ومرة أخرى نشر إلى الموقف المتناقض للأمريكيين تجاه الدعاية بصفة عامة ، فبعضهم يحاول اسمالة غيره وكسبه إلى آرائه ، في حين يؤمن البعض الآخر بمبدأ المشروعات الحرة والمنافسة ، حتى وإن كانت قاتلة . . ويرى البعض وجوب تدخل الدولة عند تقديم وجه أمريكا للعالم . ويقول آخرون إن الدعاية كالعالم ، يجب أن تصل حرة صريحة للعالم . .

ولكن إذا كان هناك جانب دفاعي فلا بأس من الخروج على نظام السوق الحرة ، ولا بأس من إخضاع وسائل الاتصال الجماهيرية حتى لوزارة الدفاع » وهذه الوزارة تملك فعلاً ٣٨ محطة إرسال تليفزيونية ، و ٢٠٠ محطة إرسال إذاعية » ومما يكن من رأى فإن الصوت الرسمى سيقى دائماً رسمياً وقوراً ، سواء كان من واشنطن أو موسكو .

## الفصل الرابع

### الإذاعة البريطانية

هل الإذاعة البريطانية إيجابية في كل ما تذيعه . . ؟ إيجابية الإذاعة البريطانية أسطورة ساعدت على إذكائها عوامل مختلفة ، ولكن للإذاعة البريطانية شهرة في قول الحقيقة ، ولكن هل تقول الحقيقة حقاً وصدقاً ؟ يعتقد غالبية المستمعين في مختلف أنحاء العالم ان كل ما تقوله الإذاعة البريطانية صحيح وهم إلى جانب ذلك يستمعون إليها ليتأكدوا من صحة الأخبار التي ترامت إليهم من مصادر أخرى .

عندما غزا الروس تشيكوسلوفاكيا حطت موجة من الخوف والذعر على الدول الغربية من أن الروس سوف يتحولون جنوباً إلى رومانيا . . والرومانيون لا يفترون عن غيرهم من بني البشر في إقبالهم على تصديق الإشاعات ، ومن ثم كانوا يتجهون إلى راديو أوروبا الحرة ، وكانوا إذا أرادوا أن يتأكدوا من خبر أذاعته هذه المحطة الأمريكية أسرعوا إلى الاستماع للإذاعة البريطانية ، وهذه الثقة التي تتمتع بها الإذاعة البريطانية كانت موضع تعليق مدير عام البرامج الخارجية في الإذاعة البريطانية ، فقد كتب أوليفر هويتلي Oliver Whiteley يقول في جريدة التايمز ، ولعله من باب التنثر : ( لقد قيل في سايهون إن الإذاعة البريطانية إذا ما أعلنت عن موت رئيس وزراء فيتنام الجنوبية مثلاً ثم ظهر وهو يسير في شوارع العاصمة في اليوم التالي فلن يتعرف عليه أحد ) وعامل الثقة الذي تتمتع به الإذاعة البريطانية في أنحاء العالم يحمل في طياته للعاملين في هذه الإذاعة شعور الارتياح والزهو بقدر ما يحمل من خطورة ، فالإذاعة البريطانية عندما تسند خبراً إلى وكالة الأنباء الفرنسية مثلاً فإن المستمع إليها يقول إن الإذاعة البريطانية قالت كذا وكذا ولا يسند الخبر إلى الوكالة الفرنسية ، وإذا وجد النام أنفسهم في موقف متأزم يتجهون إلى الإذاعة ويسأل بعضهم بعضاً ماذا قالت الإذاعة البريطانية . . ؟

هؤلاء المستمعون الذين يعتقدون في صدق كل ما تقوله الإذاعة البريطانية هم أقل الناس اطلاعاً على الحقيقة ، فالبريطانيون لا يحتكرون في الواقع الصدق لأنفسهم فصادرهم لا تختلف عن مصادر أية إذاعة كبيرة أخرى ، بل العكس ، فهناك من المستمعين من يميل إلى الظن بأن بريطانيا الحالية ما هي إلا امتداد لإنجلترا القديمة ، التي اشتهرت بالغدر والرياء إذا ما أرادت أن تفرز فكرة أو تروج خبراً . وهذه الشهرة التي تتمتع بها الإذاعة البريطانية هي من صنع بريطانيا نفسها ، فكما تصدر مصر القطن ، وشيلي النحاس ، وأستراليا الصوف ، تصدر بريطانيا شهرتها في قول الحق حتى أصبحت هذه الشهرة ثابتة في أذهان الناس برغم انخراط قوتها السياسية والاقتصادية ، بل زاد ضعف بريطانيا سياسياً واقتصادياً وعسكرياً حالياً من شهرتها بأنها تقول الصدق ، فهذا الضعف أسبغ عليها صفة التزاهة وألاً مصلحة لها ، لأنها دولة ضعيفة ، ولنا أن نتساءل : هل هذه الشهرة لها ما يستند لها من ناحية الأخبار المذاعة ، ومن ناحية تحليل السياسة والتعليقات ، ولسوف نجيب عن هذا السؤال بعد أن نرى كيف نشأت هذه الشهرة .

قد يكون من المبالغة أن نرجع شهرة بريطانيا إلى أيام ما قبل الحرب ، عندما كانت تذيب برنامجاً واحداً باللغة الإنجليزية لمستعمراتها ، وبالنسبة كان هذا البرنامج بمثابة ربيب مديرتها جون ريث الذي تعهد ووعاه بنفس القوة والحزم كالبرنامج المحلي تماماً ، وكان هدفه منه تقريب الممتلكات البريطانية فيما وراء البحار إلى الوطن الأم ، وأن يتمتع المقربون البريطانيون العاملون في المستعمرات بالاستماع إلى فقرات البرنامج المحلي مذاعة على الموجة القصيرة ، على أن وظيفة بريطانيا الاستعمارية وعمق تفكير الصفوة المتعلمة ، ثم لهجة الخدمة نفسها قد عملت فيما بينها على تجاوب البريطانيين الاستعماريين الذين كانوا يثقون في دور بريطانيا الاستعمارية ثقة كبرى ، بمعنى أن هذا البرنامج كان يعكس بصدق وجهة نظر صادقة ولكنها محدودة الانتشار . وقد فضلت الحكومة البريطانية في ذلك العهد أن تكون بمنأى عن برنامج ما وراء البحار لأسباب عدة . . أولها : ألا تدفع مصاريفه ونفقاته . . وثانيها : أنها كانت تشعر أن صلاحية الإذاعة لبحث موضوعات جدلية يجب ألا تمس في المقام الأول الشؤون المحلية القابلة للجدل ، ومن ثم اتفقت وزارة الخارجية اتفاقاً شفهياً مع الإذاعة البريطانية على أن لا تلجأ الأخيرة إلى نشر الموضوعات الجدلية ، وبالتالي رفعت من برنامجها لما وراء البحار الموضوعات الجدلية التي أذيعت في البرنامج العام . . وأخذت تعيد البرامج العادية كما هي للخارج .

وفي عام ١٩٣٧ أخذ الرأي العام يتحول إلى وجوب تطوير البرنامج الموجه لما وراء البحار بالإنجليزية تطويراً مختلف عما يُذاع في البرنامج المحلي ، بحيث يصبح صورة لسياسة بريطانيا الداخلية والخارجية ، ومن ناحية أخرى نجد فرقة تحرير الأخبار في الإذاعة تلتزم بالاتفاق الشفهي التزمائياً قوياً ، فكانت تمسك بمبدأ الحياد الصحيح برغم أن البلاد كانت تتجه نحو الحرب ، وكان اهتمام مديرها منصباً على دقة الأخبار في حدود الاستقلال الممنوح للإذاعة حتى تصبح موضع الثقة من المستمع وإن كانت الحكومة لا تتمتع بهذه الثقة . . والمحك الحقيقي كان في فترة ما بعد سنة ١٩٣٨ عندما بدأت الإذاعة تقدم خدمات بلغات مختلفة ، وكانت العربية رائدة هذه اللغات ثم الأسبانية والبرتغالية وأمريكا اللاتينية ، ثم الفرنسية والألمانية لأوروبا وكان السبب في إنشاء هذه الخدمات اللغوية الرد على دعاية المحور ، وكان على الإذاعة البريطانية أن تقرر في هذه المرحلة ما إذا كانت ستستمر في سياستها التي اتبعتها أيام السلم بأن تلتزم الحيادة فلا تثير أحداً أم ترد على المحور ، أم تقول الحقيقة ، سواء كانت في صالحها أم ضدها . لقد بدأت الخدمات الأوربية بداية سيئة ، وكان أول عمل قامت به ترجمة وإذاعة خطاب تشمبرلين بعد ميونخ ، والذي حاول فيه أن يبتعد ببريطانيا عن الدخول في حرب من أجل النمسا . . ولقد تمت الترجمة صفحة صفحة ولكن ليست بالسرعة الكافية ، وكان المذيع يتوقف بعد كل صفحة انتظاراً لبقية الخطاب ولكن تدريجياً استطاعت هذه الخدمة بالذات أن تلم بأسلوب العمل الصحيح ثم طورت الإذاعة البريطانية خدماتها الخارجية وأنشأت وحدات لدراسة المستمعين المستهدفين بدلاً من إرسال برامج لا تصلح إلا للمستمع البريطاني . أنت الحرب بعد ذلك ، وأخذ الناس يتطلعون إلى الإذاعة البريطانية باعتبارها الوسيلة الرئيسية للدعاية البيضاء ، فإما أن تبرهن على جدارتها فتحتفظ باستقلالها أو أن تفشل فتضع الحكومة يدها عليها ، وكانت السنوات الست التالية كلها خصام ومشاحنات ، فمن ناحية كانت الإذاعة البريطانية تطالب الحكومة بأن توليها الثقة ، ومن ناحية أخرى كان هناك صراع مع الجهات السياسية مثل وزارة الاستعلامات ووزارة الخارجية ، واستقر الأمر في النهاية على أن تأخذ الإذاعة البريطانية توجيهاتها من الجهات المعنية في المسائل الخارجية على أن تترك لها الحرية في طريقة صياغة وتقديم هذه التوجيهات إلى الجمهور ، على أن تقوم الحكومة بتقديم منحة مالية تعادل نفقات الخدمات الخارجية ، ويقول بروس لوك هارت Bruce Lockhart في مذكراته وكان رئيساً لإدارة الحرب السياسية كانت هوايت هول والحكومة

البريطانية «تجهل أساليب الدعاية وإمكانياتها ، ولا سيما الإذاعة ، وكان القائمون على الإذاعة يتصرفون كما تصرف النعامة ، والواقع أن الإذاعة البريطانية كانت تتعلم من تجاربها في الدعاية حتى استطاعت الوصول إلى ما وصلت إليه بفضل الظروف والتجارب التي مرت بها .  
وقصة شهرة الإذاعة خلال الحرب طويلة ومعقدة ، وقد أشار إليها أسابرجز Assa Briggs في المجلد الثالث من كتابه « تاريخ الإذاعة البريطانية » ومنه نستطيع أن نرى الأساس الواهي الذي بنت عليه الإذاعة البريطانية شهرتها التي دخلت بمضى الزمن التاريخ ، وبالتالي أصبح النيل منها صعباً .

والسبب الحقيقي الذي دعم شهرة بريطانيا وأضفى عليها هذه السمعة الطيبة هو انتصار الحلفاء ، والواقع أن هزيمة ألمانيا النازية قد أدت في نفس الوقت إلى تحطيم فاعلية دعايتها برغم تفوقها على الدعاية البريطانية في كثير من الأحيان ، فقد كان الألمان يهتمون بتحري لصدق والحقيقة على حساب الفورية أكثر من الإنجليز .

ولم تكن دعاية بريطانيا كافية في حد ذاتها للتغلب على الهزيمة أو تأمين النصر ، وحتى الإذاعة الفرنسية من لندن - والتي اشتهرت بالدقة - كانت على وشك أن تفقد مستمعيها في أوائل عام ١٩٤٤ ، ولم يبق لها غير غزو الحلفاء لتورماندى وفتح الجبهة الثانية . . أضف إلى ذلك أن مقاومة الشعوب الأوربية للاحتلال الألماني وهي المهمة التي اضطلعت بها أساساً الإذاعة البريطانية كانت في حد ذاتها مساهمة بسيطة جداً في انتصار الحلفاء ، والواقع أن الحرب الروسية كما يقول برجز هي التي نقلت حملة الحلفاء إلى أبواب النصر .

وقد اشتهت الإذاعة البريطانية للشرق الأقصى بالاضطراب والملل والإبالة ، وكانت الإذاعة اليابانية من لندن خليطاً من الإذاعات المباشرة والمنقولة عن الولايات المتحدة والهند ، ولم تنجح هذه الإذاعة في أن تكتسب لنفسها عدداً يذكر من المستمعين إلا بعد أن ألقت أمريكا القنابل الذرية على اليابان ، كذلك لم تنجح الإذاعة البريطانية إلى الهند ، بسبب شعور الهنود القومي ضد بريطانيا إلا بعد جلاء الإنجليز عن الهند . . كذلك لم تنجح الإذاعة العربية من لندن حتى بعد الحرب العالمية الثانية في تغيير رأى العرب وموقفهم تجاه إسرائيل برغم الجهود الجبارة التي بذلتها الإذاعة البريطانية في صالح إسرائيل . وحتى برامجها الإنجليزية إلى الولايات المتحدة كانت تتميز بالتقعر اللغوي ، وكانت رسالتها لفواً بعد دخول أمريكا الحرب ، فقد كانت تشير دائماً إلى ماضي بريطانيا العتيق ، وقوتها البحرية ، وإمبراطوريتها

الواسعة ، ولم تهتم بإقناع الأمريكيان بأن النازيين هم سبب الحرب وفق القانون الدولي ، هذا ولم تقم الإذاعة البريطانية بتوجيه إذاعة باللغة الروسية خلال الحرب خوفاً من أن تؤثر في العلاقات الدقيقة بينها وبين أمريكا .

كانت الخدمات اللغوية الموجهة إلى أوروبا العنصر الأساسي في الدعاية البريطانية نظراً لأن الشعوب الأوروبية هي التي مستها الحرب عن كلب ، وكان نجاح الإذاعة البريطانية في التغلب على حالة القلق والتوتر التي سادت هذه الشعوب إثر انتصار الألمان واحتلالهم لأراضيها ، أو في استغلال هزيمة النازية ، مرجعه إلى عناصر ثلاثة :

الأول : التزام الإذاعة ببعض المبادئ الأخلاقية .

الثاني : استخدام نوعيات طيبة من الوطنيين الأحرار كإذاعيين .

الثالث : اتساع العمليات العسكرية في أوروبا .

ويشرح لنا مدير عام الإذاعة البريطانية - وكان من قبل رئيساً للخدمات الأوربية المبدأ الأساسي الذي قامت عليه الخدمة الألمانية فيقول : « هو أن نقول الحق في حدود المتاح والمسموح به ، ثم نعيده ونكرره وقد أدى ذلك إلى الامتناع عن الازدراء بالمصائب أو عدم الاهتمام بها ، وقد تأكد المستمعون في ألمانيا من مدنيين وعسكريين من أننا نتحدث بصراحة عن هزائمنا فكانوا يصدقوننا دائماً إذا ما تحدثنا عن انتصاراتنا . . . » .

ومن المشكوك فيه أن الإذاعة البريطانية من لندن قد أثرت في إرادة الألمان على المقاومة حتى النهاية ، وقد صدق رئيس الإذاعة عندما قال إن الناس يدموا يصدقون الإذاعة عندما تحدثت عن النصر ، ولكن شهرتها لم تقم على البرامج التي قدمتها بل على صدق ما قدمته . ويجدر بنا أن نتعرض الآن لخصائص الإعلام البريطاني الذي كان يخاطب طبقة محدودة من المستمعين ، على خلاف الإعلام الألماني الذي تميز باتجاهه إلى السواد الأعظم من الشعب الألماني ، أو الشعوب المستهدفة وأولى هذه الخصائص ارتفاع مستوى اللغة ، حتى أصبحت الإذاعة موجهة إلى طبقة المتعلمين أكثر منها إلى السواد الأعظم من الشعب ، ومن حسن حظ بريطانيا أن هذه الطبقة كانت عند بداية الحرب هي الطبقة الثرية الحاكمة في نفس الوقت ، كما كان لها تأثير قوي في الطبقات الأخرى التي يتكون منها الشعب ، على أن الإذاعة البريطانية كانت أيضاً تجبر المحطات الموجودة في المستعمرات على إعادة إذاعة نشراتها وتعليقاتها على الموجة المتوسطة ، كما كانت تقوم أكثر من مائتي محطة في الولايات المتحدة بإعادة إذاعة

نشراتها . . وثاني هذه الخصائص هو العنصر الشخصي في الإعلام البريطاني ، فقد كانت الإذاعة تسمح بمدى عريض متنوع من الشخصيات لا تخرج عن الاستراتيجية العليا ، وهي القضاء على ألمانيا عسكرياً ، ولم تحاول الإذاعة البريطانية تفسير سبب الحرب ، بل تركت ذلك للمتحدثين الخارجيين كل يفسره وفق هواه . . والعنصر الثالث أن الأخبار الإنجليزية كانت تميل إلى التناؤل المبالغ فيه ، أو الذي لا أساس له ، بل غدت غير موثوق بها في الحملة على النرويج . والعنصر الرابع انجهاها إلى الطريق غير المباشر ، خاصة عند مناقشتها تأييد الدول المتعاطفة ، فكانت تلجأ إلى الرموز المعنوية العامة كالديمقراطية والإنسانية والحرية ، كما كانت تعمل على استدرار عطف العالم بإظهار أن قضيتها هي قضية العالم بأسره . . وكان على الإذاعة البريطانية أن تعكس السياسات المحلية ، وكان ضررها في هذا أكثر من نفعها ، فثلاث محاولات تفسير تصميم تشرشل على تسليم ألمانيا بدون قيد أو شرط ، مما قوى عزيمته الألمان على الاستمرار في القتال ، كما أخطأت الإذاعة البريطانية بأن قرنت الجرائم النازية بالحضارة الألمانية وثقافة الألمان على مدى العصور ، الأمر الذي أغضب - بدون شك - الشعب الألماني .

وكانت الإذاعة إلى ألمانيا هي الخدمة الوحيدة التي لم تستخدم الألمان ، والسبب في ذلك أن تجنب ما قد توصم به بأنها صوت الخوة ، في حين أن الخدمات الأخرى استخدمت وطنيين من المناطق المستهدفة ، وكانت بالنسبة لهم تربة صالحة لتنمية مداركهم ومواهبهم الإدارية والدعائية ، كما كان السامعون باللغات غير الألمانية يحدون شخصيتهم في المذيعين الذين يخاطبونهم من لندن ، وكان بعضهم من كبار الشخصيات في الحركات الوطنية التي أنشأت لنفسها حكومات في المنفى ، وقد خرج من بين هؤلاء من تبوأ الصدارة فيما بعد بيلاده ، وكان تشغيل ممثلي الحكومات التي لجأت إلى بريطانيا في الإذاعة البريطانية رغبة لمركز هذه الإذاعة ، وإن كان في نفس الوقت مصدر احتكاك مستمر ، فالحكومات الحرة التي منحت بعض الوقت على الهواء أرادت المزيد ، والحكومات التي لم تمنح وقتاً على الهواء شعرت بالغيرة والغضب .

وعند نشوب الحرب العالمية الثانية كانت بريطانيا تذيع بلغات أكثر عدداً من أية إذاعة أخرى ، وبالنسبة كان عدد الدول التي تذيع برامج موجهة ٢٧ دولة ، وكانت بريطانيا تذيع بتسع وثلاثين لغة ، أما ألمانيا فلم تذيع إلا بست وثلاثين لغة ، وروسيا باثنتين وعشرين لغة ،

وأمریکا بإحدى وعشرين لغة ، وقرب نهاية الحرب أى فى ربيع عام ١٩٤٥ ارتفع عدد اللغات الأجنبية فى الإذاعة الألمانية إلى اثنين وخمسين لغة ، يقابلها خمس وأربعون لغة من لندن ، وعندما حل السلام أغلقت ألمانيا إذاعتها الموجهة ، ومن ثم احتلت بريطانيا الصدارة من ناحية عدد ساعات الإرسال ، إذ بلغت خمسمائة ساعة فى الأسبوع ، ولكنها فقدت المركز الأول فى قائمة البرامج الدولية بعد ست سنوات ، وانحدرت تدريجياً إلى الدولة الخامسة . وفى خلال الحرب العالمية الثانية كانت الإذاعة البريطانية تغطى جميع أنحاء أوروبا ، وإن ظلت هناك خدمات لغوية تذيع فترات صغيرة جداً كل يوم ، وكان الناس يستمعون إلى لندن إذا ما سمحت ظروفهم بذلك ومنذ ذلك الحين لم تحاول الدول الكبرى القيام بتغطية شاملة لأوروبا ، فهى تتكلف نفقات كبيرة ، بل اضطرت لندن إلى إجراء عدد من التخفيضات ، فألغت الإذاعة باللغات الهولندية والسويدية والنرويجية ، ثم فى عام ١٩٥٨ ألغت البرتغالية ، وفى عام ١٩٦٣ أنقصت مدة الإذاعة الإيطالية ، وفى عام ١٩٨١ شرعت فى إلغاء سبع لغات أخرى .

وحقاً عام ١٩٨١ كانت لندن تذيع إلى جانب خدماتها الإنجليزية بنجمس وملايين لغة حلت محل اللغات الملقاة وبعض اللغات الأخرى ، وخاصة الأفريقية والأسبوية . . ونحن إذا استعرضنا أولويات الحرب الماضية لا واقع اليوم لوجدنا انه كانت هناك خدمات لا داعى لها ، مثل الخدمة الألمانية والفرنسية . . والسبب هو أن لندن إذا كانت قد ألغت الهولندية والسويدية والنرويجية ، وأنقصت الإيطالية فلماذا لم تلغ الفرنسية أو الألمانية ؟ ولماذا يحتفظ القسم العربى بلندن بالمرتبة الأولى حتى الآن ، إذ هو أكبر خدمة بين اللغات الأجنبية . . قد يكون السبب سياسياً هو أهمية المنطقة . « تدعى الإذاعة البريطانية أن ٧٧٪ من البالغين من أهالى (أبوظبى) يستمعون إليها بانتظام ، وهى لا تدعى نفس الشئ بالنسبة لمصر » .

ويرى البعض وجوب استمرار الإذاعات بلغات الدول المحايدة - كالفرنسية والإيطالية - وغيرها بعد إنشائها ، ويرون ذلك فى المكان الأول ، فقد يُفسَّرُ غاؤها فى الإذاعة البريطانية بأنه عمل معادٍ ، أو على الأقل يثير حساسية شعوب هذه المناطق ، الأمر الذى يعمل على الحد من مركز الإذاعة البريطانية ومترلها ، باعتبارها إذاعة دولية تخدم كل الناس ، وليس مجرد جهاز دعاية يخدم أغراض بريطانيا السياسية ، فإذا ما انتهت هذه الأغراض أغلقت الخدمة ، وقد اعتاد الفرنسيون فى مايو ويونيو عام ١٩٦٨ على وجود الإذاعة البريطانية ، وكان لها عدد

كبير من المستمعين بسبب التوتر السياسى ، وكانت الخدمات اللغوية فى إذاعة باريس الموجهة موضع ارتياب المستمع ، أما عن اللغة الإيطالية فليس هناك من يدعى أن النظام السياسى فى إيطاليا مستقر ، أو هو سيستقر فى يوم قريب ، كما أن الاستماع إلى الإذاعة البريطانية لن يصل إلى ما وصل إليه خلال الحرب ، ومن ثم لا يمكن الادعاء بأن اهتمام الإذاعة البريطانية بالخدمة الفرنسية أو الألمانية على قدر اهتمامها بالخدمة الإيطالية ، ومن ثم كان المفروض تقديم خدمة أوروبية بلغات مختلفة لتعويض الحقائق السياسية ، وتضم بين جنباتها الوحدات الصغيرة الموجودة الآن .

وتهم الإذاعة البريطانية فى المقام الثانى بالخدمات الموجهة إلى روسيا السوفيتية وأوروبا الشرقية ، وهذه الإذاعات أقل تكلفة من الإذاعات الموجهة إلى مناطق بعيدة ، إذ لا تحتاج إلى محطات نقل كتلك التى كانت موجودة فى جزيرتى آسنشن وقبرص ، وعلى ذكر محطات النقل تشير إلى أن بريطانيا واجهت الكثير من المتاعب فى الشرق الأوسط ، فقد رأى الصومال إيقاف محطات النقل الموجودة به ، واضطرت بريطانيا إلى نقل محطاتها هناك إلى جزيرة برم بباب المندب ، ومن برم اضطرت مرة أخرى إلى نقلها إلى الملا فى عدن ، ثم إلى جزيرة مسيرة القريبة من ساحل مسقط ، كما اشتركت مع الإذاعة الألمانية فى بناء محطة أنتيكوا Antiqua لأمريكا الوسطى ودول البحر الكارىبى والولايات المتحدة ، ولكن لم يستكمل المشروع إلا أخيراً لعدم وجود اعتمادات كافية ، هذا ولا تزال الإذاعة البريطانية تبحث عن مكان يصلح سياسياً وجغرافياً لإقامة محطة نقل ، لاسيما بعد أن رفضت حكومة ماليزيا تجديد عقد محطة تبراو Tebrau وعملية إلغاء الخدمات اللغوية لا تتمشى مع ما تدعيه الإذاعة البريطانية من أنها لا تستهدف شعباً بالذات ، وأن جميع الشعوب سواسية لديها ، ومن ثم كان عليها أن توجه إذاعتها إلى جميع أنحاء العالم ، حتى وإن كانت على غرار الإذاعة للمالطية ، التى كانت لا تريد على خمس دقائق يوباً .

وهناك خدمة خاصة تسمى إدارة اللاسلكى للشئون الدبلوماسية ، وهذه الإدارة تمتلك محطات الإرسال ، وتقوم بالتفاوض مع الدول الأجنبية من أجل إقامة قواعد الإذاعة أو محطات نقل فيها ، وهذه الإدارة لا تتبع الإذاعة البريطانية بل الحكومة البريطانية ، وهى تستخدمها أحياناً بطريقة غير مباشرة للضغط على الإذاعة البريطانية ، كما أن هذه الإذاعة لا تستطيع إدخال لغة أو تجديد وقت إذاعتها وفترتها إلا بعد موافقة وزارتى الخارجية ورابطة

الشعوب البريطانية ، ولها الكلمة الأخيرة في ذلك ، في حين تقدم وزارة المالية إعانة مناسبة لتغطية تكاليف البرامج الأجنبية .

وتستطيع الحكومة عن طريق هذه الجهات الرسمية الثلاثة الضغط على الإذاعة سياسياً ومالياً ، أما عملية التحرير فتخضع كلية للإذاعة ، وإن كانت لا تزال تلتزم باتفاقها مع الخارجية ، والذي كان سارياً قبل الحرب ، بمعنى أن الإذاعة البريطانية عليها أن تحصل على الخط السياسي للحكومة في المسائل الخارجية بالنسبة لكل دولة تقع في المنطقة المستهدفة ، كذلك على وزارة الخارجية أن تطلع الإذاعة البريطانية على هذه السياسة ، والواقع أن وزارة الخارجية لا تتدخل إلا قليلاً جداً فيما عدا إرماؤها الرأي إلى المختصين في الإذاعة ، أما ما تفعله الإذاعة بهذه التوجيهات فهذا شأنها . . . والتقاليد البريطانية تحتم عليها اتباع هذا الرأي تفصيلاً ، وهي تفعل ذلك ويقوم مكتب الشؤون الخارجية والممتلكات المستقلة بمراجعة النصوص للمذاعة ، ليتأكد من عدم وجود معارضة أو مؤامرة ضد الحكومة ، ومن المتفق عليه أيضاً أن على الإذاعة أن تعرض رأي الحكومة كما تعرض الآراء الأخرى ، ولكن ليس من حقها أن تترك رأي الحكومة وتعرض آراء المعارضة . . . مثلاً . . .

ووظيفة ضابط الاتصال بين الإذاعة البريطانية ومكتب الخارجية والممتلكات المستقلة حساسة ، وقد وقعت بالفعل بعض مشاحنات بين الإذاعة وضابط الاتصال ويصف لنا إريك نيوزوم Eric Newsome مراقب خدمات أوروبا هذه العلاقات ، كما كانت وقت الحرب فيقول : لقد قبلت أعلى الجهات في الدولة مبدأ تشغيل القسم الأوربي كوحدة متكاملة ، وكأنها جيش يهاجم أهدافاً محدودة في استراتيجية واضحة وضعها قائده العام ، وليس كمجموعة من رجال العصابات أو الوطنيين الذين لا تجمعهم روابط قوية ، ولكل جماعة أهدافها ومشاريعها الخاصة .

ويعلق الأستاذ برجز على ذلك فيقول : « كانت البرامج الأجنبية في الإذاعة تعارض مثل هذه الحجج . . . وعندما انتهت الحرب زادت أهمية مكتب التحرير المركزي ، فهو الذي يعد البرامج بخلاف مكتب الأخبار المركزية ، وقد تطور المكتب ونما بصورة منتظمة أكثر من نحو أو تطور عملية الرقابة عن بعد ، أو الرقابة البعيدة ، والصلة بين رؤساء أقسام الإذاعة ورؤساء الأقسام الإقليمية في مكتب الشؤون الخارجية والعلاقات الإمبراطورية قد تكون وثيقة أو غير وثيقة تبعاً للعلاقات الشخصية التي تربط الرؤساء ، ولكن يلاحظ أننا لم نسمع تقريباً عن

تدخل الخارجية في شئون الإذاعة . . . ولكن قد يحدث بين الحين والحين أن تحاول الخارجية أن تثبت وجودها وتوقف الإذاعة إلى سلطاتها أو تظهر عضلاتها ، فترسل مثلا موظفاً صغيراً ليراجع عمل موظف كبير في الإذاعة . . . ونفس اللعبة يلعبها الإذاعيون مع رجال الخارجية ، فمثلا حدث في عام ١٩٥٦ أن اشتد التوتر بين الخارجية والإذاعة إثر تأميم قناة السويس ، وقيام وزارة المحافظين بإرسال قوات بريطانية في حملة مشتركة مع فرنسا وإسرائيل تمنع مصر من تأميم قناة السويس ، أو من جنى ثمرة هذا التأميم ، مع إعادة الأوضاع إلى أصلها ، ورأت الإذاعة البريطانية وهي تعرض رأي الحكومة أن تعرض بالمثل في خدماتها الخارجية رأي المعارضة على حسب قوته في البلاد ، ولكن حكومة المحافظين ساءها هذا الوضع ، وخافت الخارجية تأثير ذلك على الرأي العام العالمى بصفة عامة ، والمصريين بصفة خاصة ، فأرسلت المدعو دنكان ولسون كضابط اتصال كبير ، ولكنه كان من الثائرين على إجراء الحكومة ، ولم يمكث في عمله غير بضعة أيام ، وجاء بعده المدعو لانجهام تيشنر Tichener ، وهو من الموظفين الرسميين الذين لا رأى لهم إلا رأى الحكومة ، وعندما وصل إلى بوش هاوس استقبله ج . ب . كلارك ، مدير الإذاعات الخارجية ، وله تجربة طويلة في التعامل مع وزارة الخارجية . كما أنه الرجل الذى قام بتأسيس الإذاعات الدولية في الإذاعات البريطانية ، ثم أرسله إلى حجرة ليس بها سجادة يشاركه فيها أحد المراسلين البحرين . . . وهكذا تجنب كلارك مواجهة صريحة مع تيشنر ، وفي الوقت نفسه جمد نشاطه ، ولم يكن هناك من بديل أمام الحكومة البريطانية إلا أن تستولى على الإذاعات الأجنبية وهو أمر غير عملي ، ولكن انتهى الإشكال بسرعة .

ولزم كل طرف حدوده .

والواقع أنه إذا ما توترت العلاقات بين الإذاعة ووزارة الخارجية يتراجع بسرعة كل طرف إلى مركزه الأصلي ، وبصفو الجو ، ويشعر كل منهما كالعادة بالتية والزهو ، فقد عرف كلاهما إلى أى مدى يستطيع أن يهاجم غريمه . . . والتوفيق بين الخارجية والإذاعة ليس من قبيل الهدنة ، ولكنه توفيق بين يدين كبيرين يعملان لصالح وطنهما ، وعادة ما تخرج وزارة الخارجية الخاسرة ، ثم تحاول أن تستقم عن طريق بعض الصفاتر ، فمثلا بعد حادث التوتر بينها بشأن قناة السويس ، صرحت الحكومة البريطانية لمكتب الإعلام المركزى الذى يتبعها بحق تصدير البرامج التلفزيونية إلى الدول الأجنبية ، وغنى عن القول إن الإذاعة البريطانية يعز عليها أن تقوم هيئة أخرى بعملية التسويق لما فيها من مكاسب . . . وقد يرجع سبب إلغاء البرنامج لألبانى

مثلا عام ١٩٦٨ إلى هذا التوتر ، وذلك عندما قامت الحكومة بتخفيض الاعتمادات الممنوحة للإذاعة ، وطلبت إجراء أى تعديل بإنقاص الإذاعات الخارجية ، فألغت هذا البرنامج الألبانى برغم أهميته ، وهناك ذكريات مترسبة من أيام قناة السويس لا يزال يرونها مؤيدو الإذاعة ومعارضوها خاصة فيما يتعلق بإنقاص الاعتمادات بحوالى ١٠٪ أى مليون ونصف مليون جنيه فى السنة ، ومعناه الاستثناء عن ما بين ربيع وثلث البرنامج . . وإذا كان لابد من اتخاذ قرار حاسم فى موقف سياسى حاسم - حيث لابد لوزارة الخارجية أن تلزم جانب الحذر والحيلة - نجد الإذاعة البريطانية « بعد حادث قناة السويس » قادرة على اتخاذ القرار دون استشارة وزارة الخارجية ، ومثال ذلك ما حدث فى أبريل عام ١٩٦٧ عندما قام جيش اليونان بثورته مع استبقاء عضوية اليونان فى الحلف المركزى ، أى أنها ما برحت صديقة لأعضاء هذا الحلف ومنهم بريطانيا ، ولكن الثورة مكنت للدكتاتورية من حكم البلاد ، وكان على رجال الإذاعة أن يقرروا فى الحال ما يمكن قوله للمستمع . . فهو لا يستطيع أن يتنظر مداولات وزارة الخارجية أو الحكومة ، وهى عادة تأخذ وقتاً طويلاً ، كما أن تأثير الإذاعة كبير على المستمعين ، فى هذا الوقت بالذات زاد الاستماع إلى الإذاعة البريطانية ، وبالفعل كان قرار الإذاعة فى غير صالح الانقلاب ، وكان رجال الإذاعة يتمنون لو كان مكاريوس قد سمح باستمرار محطة النقل على الموجة المتوسطة لتقل وجهة النظر إلى اليونان ، ولكن للأسف كان قد أغلق محطة الشرق الأوسط القديمة ، ولو كان لبريطانيا محطة فى قبرص لكان تأثير الإذاعة أكبر .

وكان قرار الإذاعة البريطانية بعدم تأييد الديكتاتورية يعتمد على أن المحافظين والعمال والأحرار لا يؤيدون أى حكم ديكتاتورى ، فالديكتاتورية فى نظرهم أمر غير محتمل ، بل هى محط نقد ، الأمر الذى يشير فى حد ذاته بعض التساؤلات الأساسية بشأن الدور السياسى للإذاعات الخارجية ، من ناحية كونها لسان حال الحكومة ، بغض النظر عن أى شىء آخر . والنقطة الرئيسية الأولى التى يجب أن لا تغرب عن بالنا هى وجود نوع من التحامل المترسب بين الإذاعة البريطانية والإذاعات الأخرى ، وقد أظهر مؤتمر التضامن بالهند الصينية هذا التحامل عندما قال : « الإذاعة البريطانية لا تخاف من تدخل وزارة الخارجية ، نظراً لأنها تعمل داخل نطاق وفاق سياسى بينها والوزارة ، والقاعدة الأصلية فى هذا الوفاق هى الرقابة الذاتية » .

وقد أورد هذا التقرير ما يدل على هذا الاستنتاج ، وأشار إلى اختيار الكتاب المؤيدين  
لأمريكا ليقدّموا التعليقات عن فيتنام ، وما هذه التعليقات إلا بُد متفرقة لآراء متعارضة ، مع  
تجنب الموضوعات الجدلية عن قصد ، مثل تنشيط وكالة المخابرات الأمريكية المركزية لتجارة  
الأفيون في فيتنام ، وتعذيب الأسرى الشيوعيين ، وما إلى ذلك .

والإذاعة البريطانية كما يشير التقرير تختار المتحدثين والمعلقين من المطلعين على بواطن الأمور  
ومن المتعلمين المثقفين ، وهؤلاء المتحدثون والمعلقون عندما يرد موضوع شائك مثل فيتنام  
يحاولون استمالة المستمع إلى وجهة نظرهم المطابقة لوجهة النظر الأمريكية ، وإذا كان الرئيس  
ثبو على حق ، وإذا كانت حكومة هانوي أكثر يسارية ، فلا يعنى ذلك أن الرئيس جونسون  
يلزم خطأ وسطاً ، ومن ثم يجب تأييده تأييداً ضمنيّاً عن طريق التجاوز عن الآراء الأخرى ،  
على زعم أن هذه الآراء متطرفة ، ومن ثم يستحق التأييد ، وقد يكون من المفيد أن تستعرض  
المركزية البريطانية المرنّة ، والتي ترمى إلى الترام خط وسط ، ولكن في كثير من الحالات نجد  
هذه المركزية المرنّة ، تؤيد الوضع القائم ، على زعم أن من الحكمة ألا ترتبط الإذاعة بوعود ،  
ومن ثم وجب أن تلتزم طريق السلام أو طريقاً وسطاً ، حتى لو كان هذا الطريق لا يدل على  
علم واطلاع ، أو كان قائماً على سياسات ذاتية تقوم على أسباب غير حقيقية لكنها تتميز بالحرية  
والاحترام ، نعم قد يكون الرأى الوسط أسلم من غيره للبريطانيين ، ولكنه عادة ليس رأياً  
صحيحاً ولا هو حقيقة وسطاً .

وبالمثل يمكن القول إن الافتراضات القائلة بأن التعليقات البريطانية تراعى دائماً رأى  
الطبقة المتوسطة غير صحيحة ، على الرغم من أن بريطانيا في حد ذاتها تقوم على مجتمع تحكمه  
الطبقة المتوسطة ، وعلى الإذاعة البريطانية أن تعكس آراء هذه الطبقة وفق دستورها ، أضف  
إلى ذلك أن هناك تماثلاً كبيراً في الاتجاه بين سياسة جميع الخدمات الصادرة عن الإذاعة  
البريطانية باللغات الأجنبية ، ولا يمكن أن يعزى هذا التماثل إلا إلى وحدة الرأى بين جميع  
المحررين والمشرّفين والقائمين على الإنتاج . . فثلاً في أسبوع ٦ أكتوبر عام ١٩٧٣ كانت نبرة  
الإذاعات الأجنبية هي أن كل شىء سينتهى بسلام لصالح إسرائيل ، وقد رأت الإذاعة  
البريطانية في أسبوع ٦ أكتوبر أن تصدر مقالات عن مرور مائة سنة على وفاة لندسير  
Landsear « والجياد النحاسية » وذكرى جون كرانكو ، وعرض للدور الفن بلندن وغيرها ،  
كما أنها أشارت إلى أن إضراب عمال السكة الحديد قد استقبله الشعب في شىء من المرح حتى

التراع العربى الإسرائيلى تنبأت له الإذاعة بأنه سوف ينتهى سريعاً فى صالح الإسرائيليين ، بمعنى أن كل شىء فى نظر هذه الإذاعة سوف ينتهى نهاية سعيدة .

وجاء فى التقرير أن الموظفين اليساريين من أصحاب المشاعر غير الثابتة يجابهون الذين يدينون بآراء المجتمع الأخرى ، وفى النهاية يتركون آراءهم ويعتقون الآراء المضادة باعتبارها حقائق ، ويجدون أنفسهم كغيرهم يؤيدون رئيس الوزراء بالحق وبالباطل ، ويسبّحون بعظمة بريطانيا ويلهجون بإنجازاتها . . ومن ناحية البرامج الخاصة لا تختلف الإذاعة البريطانية عن مصلحة السياحة أو مصلحة أخرى ، والخطورة تنحصر فى مدى تلوين التعليقات السياسية المباشرة أن يصبح من الصعب التعرف على الأسباب والنتائج داخل نطاق البرامج الخارجية فى الإذاعات الخارجية . . نعم هناك تطابق عريض فى الرأى بين المخرجين والمحررين والمشرفين والمراقبين ، بل بين جميع رجال البرنامج الذين يزيد عددهم على الألف ، وهذا التطابق العريض نتيجة عدم تحديد الأهداف بدقة ونتيجة اختيار أنواع خاصة من الناس لها نفس المشارب تقريباً .

ويرى بعض الناس أن البرامج العادية مثل نادى الموسيقى الدولى ، وبرنامج العالم والصناعة ، أو البرامج الفنية ، أو حتى الإنجليزية بالراديو تعمل على جذب الناس إلى بريطانيا وإلى كل ما هو بريطانى ، وقد يكون ذلك صحيحاً ، ولكن الأخبار وبرامج الشئون العامة هى أهم ما فى الإذاعة ، فثلاً شريط الأنباء هو عبارة عن تقارير المراسلين والتعليقات ، وعالم اليوم ، وهو عبارة عن خلفية لموضوع واحد مع مقابلات ومحادثات حوله ، وأحداث ٢٤ ساعة ، وهى خليط بين المحادثات واستعراضات الصحف ، وهى أهم برامج الشئون السياسية .

وغرفة الأخبار الرئيسية هى التى تشرف على برنامج شريط الأنباء ، لأنه دعاية للأخبار ، أما البرامج الأخرى فتعتمد على مساهمين من الخارج بدرجة أكبر ، وقد يؤق بأحد المعلقين أو الخبراء من الداخل ولكن فى هذه الحالة يكون كالخارجى تماماً ، وطريقة اختيار المشتركين من الخارج تحدد فى الواقع أسلوب تفسير الحدث ، وهى لاتتم بطريقة عشوائية ، فقد يكون هؤلاء المشتركون من الخارج من الصحفيين أو من رجال الجامعة ، ولكنهم جميعاً ممثلون يقومون بدور مرسوم فى الأحداث التى يقوم البرنامج عليها ، ويعزفون نفس السيمفونية . ويراعى فى اختيار هؤلاء المشتركين من الخارج عدم استخدامهم بكثرة ، أى التوازن فيما

بينهم ثم اختيارهم من بين المعتدلين ، وإذا تطلب الأمر اشتراك متحدثين يساريين فلا بد من إشراك اليمينيين وإذا ما رأى المخرج أن الموضوع قد رُجع فيه رأى على رأى حوِّله إلى برنامج خاص يقوم على الراوية ، أى برنامج مكتوب ، ومن الناحية العلمية يؤجل البرنامج حتى تتم عملية التوازن ، وإذا ما رأى المشرفون أو المراقبون أو المحررون أو المخرجون أن وجهة نظر معينة قد نالت أكثر مما تستحق أو أقل مما تستحق سارعوا إلى إجراء عملية التوازن ، والمستمع الدائم سوف يجد الخط السياسى دائماً متمسكاً فى أى موضوع من الموضوعات ، مثل الشرق الأوسط أو أيرلندا الشمالية ، ونعنى بكلمة متمسك جامداً جافاً ، كذلك تنسم برامج الإذاعة بالجفاف فى الموضوعات الجدلية ، وعجلة التوازن أشبه ماتكون بسائل فى أواني مستطرفة ، لابد أن يستقر سطحه فى النهاية بعد أن تمتلئ كل الفجوات والقنوات ، ويبدو الموضوع فى النجاة معقول ولكنه يتطلب نظاماً فى التوجيهات لضمان هذه المعقولة ، ومثل هذا النظام قد يبدل من طبيعة الإذاعات الخارجية بلندن .

وليس معنى ماسبق أن ليس هناك قرارات إطلاقاً بالنسبة للموضوعات التى يجب أن تعالج ، أو أن كل شىء يسير عشوائياً معناه أن المحررين مسئولون عن برامجهم أمام رؤسائهم فى السلم الهرمى الوظيفى ، ومن ناحية البرنامج قد يكون لرؤساء الأقسام شخصياتهم ، أو للمخرجين ذاتيتهم التى قد تنعكس على البرنامج ، والمخرجون أو المحررون إذا ما طوعوا البرنامج لمشاعرهم الخاصة وفشلوا فى عملية التوازن أو عرض وجهتى النظر المؤيدة ، والمعارضة ، قد يجدون أنفسهم قد قفلوا إلى منطقة أقل حساسية ، أو انضموا إلى جماعة كبيرة العدد حتى تذوب ذاتيتهم وشخصيتهم فيها .. وكان هناك منصب مراقب الإنتاج ، ومهمته مراجعة النصوص والشرائط فى الخدمات المختلفة ولكن المسئولين رأوا أن هذا المنصب مضية للوقت فألغى .

وفى حجرة الأخبار - وهى خدمة مركزية مستقلة عن البرنامج - تتبع أصول التحرير الصحيح ومستوياته وقواعده .. ونجد المحررين فى جمعهم الأخبار لا يتعرضون لاتخاذ قرارات خطيرة من ناحية التوازن ، كما هو الحال بالنسبة لبرامج الشؤون السياسية ، مع أن الأخبار العمود الفقرى والركن الأساسى فى ثقة المستمع بالإذاعة ، وأكثر المواد عرضة للتقيد والتأويل ، وتقتبس عند البرهنة على وجود تحزب أو تحامل ، على أن طريقة اختيار الأخبار فى كل قسم تتطلب بالفعل قرارات سياسية ، ونظام غرفة الأخبار المركزية تتبعه جميع الإذاعات

حتى إذاعة أوروبا الحرة ورايو الحرية ، ولكن عملية ترتيب الأخبار وصياغتها واختيارها تختلف من محطة إلى أخرى ، إذ تراعى المحطتان الأخيرتان تشيع الأخبار للمستمع في المنطقة المستهدفة ، خاصة أخباره المحلية وترتب هذه الأخبار حسب أهميتها مع تفصيل الأحداث السياسية والأزمات وفصائح القائمين على الحكم . . أما الإذاعة البريطانية باعتبارها محطة تذيع للعالم أجمع فلا تتبع هذه الطريقة ، أي أنها لا تجتهد في إشباع حاجة المستمع المحلي لأخباره ، وإن كانت قد اتبعت شيئاً مشابهاً لهذه الطريقة بالنسبة لبعض دول الشرق الأوسط فهي تفضل في البرنامج العام باللغة الإنجليزية الأخبار العالمية ، ثم الأخبار البريطانية ، أما في الخدمات اللغوية فتضيق مكاناً للأخبار المحلية أيضاً ، وجرت العادة بعد انتهاء الحرب أن يكون الخبر الرئيسي واحداً في جميع الخدمات ، ولا يستطيع أحد أن يحذف منه أو يزيد عليه ، أو أن يحذف أو يزيد من الأخبار الخاصة بالمناطق أو البلاد التي هي محط الضوء ومن سياسة الفرقة المركزية للأخبار تضحية بعض الأخبار المحلية من أجل الأخبار البريطانية .

والإشكال الذي تجابهه البرامج الأجنبية من لندن هو إلى أي مدى يمكن فرض العنصر أو السمعة البريطانية ، سواء في الأخبار أو البرنامج ، وليس الأمر مجرد تحديد نسبة الأخبار البريطانية في نشرة من النشرات ، ولكن الإشكال هي طريقة معالجة وتقديم مثل هذه الأخبار ، فن ناحية المنطق نجد تناقضاً بين صمة الإيجابية كوظيفة من وظائف الإذاعة ، وعرض الرأي العام البريطاني كوظيفة أخرى ، فواحدة إعلامية ، والأخرى دعائية ، ويرد على ذلك أحد رؤساء الإذاعات الخارجية ، فيقول : المجتمع البريطاني يقوم على قواعد أخلاقية ومن العدل أن تدعوله الإذاعة ، في حين يقول سير تشارلي كوران مدير عام الإذاعة ومدير البرامج الخارجية سابقاً : نحن أميل إلى تفسير الأحداث من الإرشاد والتوجيه ، ولا نسعى إلى المبالغة في الاستمالة ، ولكننا نذكر مستمعينا بالنقط الهامة في وجهة نظر بريطانيا ، والتي تتناسب في نظرنا مع مصالح المستمع . ويرى الصحفي الروسي فلاديمير أوكييوف Vladimir Ocipov أن الإذاعة البريطانية قد وصلت في حرفة البث ودقة الأخبار العالمية درجة عالية ، وهي مفيدة جداً لأبناء المهنة في مختلف أنحاء العالم ، ولكن إيجابية الإذاعة ليست تقليداً بقدر ما هي وسيلة للوصول إلى الغرض وقد وجد هذا الصحفي الروسي أن ٦٠٪ من أخبار الإذاعة البريطانية تحتوي على حجج تناصر وجهة النظر البريطانية ، ٤٠٪ على حجج إما محايدة أو معارضة . . وهو يتفق مع كوران في أن الإذاعة البريطانية إنما تقترح على المستمع المتنور أن العدد ٤ مثلاً هو

الإجابة الصحيحة لحاصل جمع ٢ + ٢ وأن الإذاعة البريطانية لا تقول هذا بصراحة . ولكن تقوله بصورة ضمنية . . ثم يصف هذه الإستراتيجية بأنها رياء ونفاق .

والإذاعة البريطانية ملزمة بتقديم وجهات نظر مترنة ، وهى تسع مبادئ الاتزان والاعتدال ، حتى وإن شذ هذا التطبيق فى بعض الأحيان عن هذه المبادئ من أجل الترويج لوجهة النظر السياسية التى تعتقها وتدعوها فى الخدمات الخارجية ، وهى تخرج المعلومات بالدعاية ، فطريقة اختيار الأخبار مثلا أو الموضوعات جزء من رسالتها ، على أن الإذاعة البريطانية تختلف عن صوت أمريكا الذى يجهر بمبدأ حرية الكلمة وحرية الدولة ، فى حين تميل الإذاعة البريطانية إلى التضمن ، أى الطريق غير المباشر ، والمستمعون فى نظرها أناس معقولون يدينون بنفس الاتزان والخط الوسط ، أى أنها لا تحاول استمالتهم بعنف . . وهذا الرأى تطبيق لقاعدة سيكولوجية تقول بأن الذين ينفقون معك فى الرأى هم الذين يستمعون إليك ، ومن ثم لادعى للمبالغة فى استمالتهم ، وتطبق الإذاعة هذا المبدأ فى جميع نشرات الأخبار ، حتى فى الإذاعة الموجهة للدول الشيوعية ، أما التعليقات والبرامج الخاصة فتميل بطبيعة الحال نحو الاهتمام بالديمقراطية ضد الشيوعية ، خاصة فى الخدمات الموجهة للدول الاشتراكية . . وجدير بالذكر أن الإذاعة باللغة الروسية من لندن كانت قد بدأت فى عام ١٩٤٦ ، واستخدمتها بريطانيا فى الحرب الباردة ، وعلى الرغم من خفوت هذه الحرب واعتدال الإذاعة فى لهجتها ضد الشيوعية فإن المهيمنين على الإذاعة البريطانية اتخذوا لأنفسهم ذريعة أخرى لبقاء الإذاعة الروسية من لندن ، وهى مبدأ تدقق الأنباء وقد أشارت الإذاعات الروسية فى كثير من الأحيان إلى أن الإذاعة البريطانية تعمل لحساب المخابرات الإنجليزية وهذا غير صحيح ، وإلا كانت هذه الإذاعة قد ضحت باستقلالها عن الحكومة ولم تملك به ، أضف إلى ذلك أن البرامج توضع عادة بمعرفة أقل المستويات وليس وفق خطوط مرسومة تضعها المستويات العليا للإدارة ، ومن ثم يكون إدخال أى مادة تأتى عن طريق المخابرات فى البرامج أمراً مفصوحاً .

وإذا فحصنا الدعاية الإنجليزية نجد أن بعض المناقشات المناهضة للشيوعية تدور سخيفة ، خاصة الحملة التى شنتها الإذاعة البريطانية عن فقر العمال فى ألمانيا الشرقية وعدم استطاعتهم شراء سيارات وارت بروج ، أو تلك الحملة التى تقول بأن النظام الرأسمالى قد أخذ يزحف على الاتحاد السوفيتى ، وأنه أضرب بالنظريات الماركسية ، متخذة من نظام الحوافز فى

الإنتاج تكأة لدعايتها ، كذلك حملات المعارضة التي استمرت ابتداء من الخمسينيات ، وقد اتهمت إحدى المجلات الروسية Literaturnaya Gazeta الإذاعة البريطانية في يناير عام ١٩٧٤ ، بأنها تفتقر إلى اللباقة عند مخاطبتها الاتحاد السوفيتي ، وتفصيل ذلك أن الإذاعة البريطانية في خدمتها الروسية قد اقتبست بعض فقرات من كتاب عن تشيكوف يصف كاتبه شخصية عامة بأنها زير نساء . . هذا وتهتم إذاعة موسكو اهتماماً كبيراً بإظهار دور الإذاعة البريطانية في المجال الدولي ، أو كما قال جيلي شيكون Geley Shakon « لقد غرقت الإذاعة البريطانية في السنوات الأخيرة في عدد من الفضائح تمس مراسليها في الخارج الذين نسوا التزامهم بالحيدة الكاملة فأعدوا برامج عديدة أثارت شعوب الدول التي أوفدوا إليها . . فمثلاً مندوبو الإذاعة البريطانية في الهند ومصر وبعض الدول الإفريقية قد اضطروا إلى ترك مقارهم بسبب دعايتهم المغرضة ، وهناك إذاعات صادرة من لندن تُقَال بكل امتعاض ، لأنها تحاول أن تحاضر مستمعيها في البلاد الأخرى ، وتعلمهم كيف ينظمون حياتهم ، ونحن إذا ما تركنا جانباً تلك التقارير التي تتضمن إساءة استعمال السلطة نجد أن عملية نقد الشئون الداخلية في البلد المضيف ليست جزءاً من عمل المراسل ، وهذه المسألة نفسها لاتواجهها الإذاعة البريطانية وحدها بل جميع الهيئات التي لها مراسلون في الخارج ، وهذه الهيئات مهما نظرت إلى مثل هذه الرسائل باعتبارها عادية فإن هناك أناساً يرونها عدواناً من جانب المراسل .

والإذاعة البريطانية كصوت أمريكا جزء من شبكة عالمية للاتصالات تهدف إلى تعزيز النفوذ القومي ونشره ، وفي ذلك نجد أن دبلوماسية بريطانيا عن طريق الاتصال أقل نسبياً من دبلوماسية أمريكا ، ولكنها دبلوماسية تعزز نوعاً من الاستعمار ، أو تعمل من أجل زيادة الصادرات أو أن تقيم دورات تدريبية للفنيين والمخرجين ، وإذا ما أضفنا إلى ذلك سمعة الإذاعة البريطانية نجد أن هذه الدبلوماسية التي تمارسها بريطانيا عن طريق الإذاعة لاتضع هباء .

وتملك بريطانيا ست محطات تابعة للقوات المسلحة تعمل على ال F.M. وتستهدف من الناحية الشكلية القوات المسلحة وعائلاتهم في كولونيا وجبل طارق ومالطة وقبرص وسنغافورة وهونج كونج ، وهذه الشبكة صغيرة إذا قورنت بالشبكة الأمريكية ، ومهمتها الرسمية الترويج عن القوات المسلحة ، وفي الحقيقة تقوم بتقديم نوع من المعلومات إلى المستمع مع حظه على التنفيذ ، كما فعلت محطة قبرص في أثناء اضطرابات عام ١٩٧٤ . .

وهذه الإذاعات على اتصال وثيق بالبرنامج العام والإذاعات الخارجية في لندن ، وغالبية برامجها الترفيهية مستعارة من برامج الإذاعة البريطانية ، وأحياناً تعد محلياً ، ومحطات الإذاعة الأمريكية المشابهة تتبع نفس الأسلوب ولكن بطريقة فجة ، وليس لها نفس التأثير الذى تتمتع به هذه المحطات البريطانية .

ولما كان البريطانيون لا يستمعون عادة للإذاعات الأجنبية فنجدهم لا يهتمون بها ، إلا في القليل النادر ، في حين تهتم بها الحكومات الأجنبية .. كذلك تهتم بها الدول التى كانت تخضع للاستعمار البريطانى من قبل ، ورد الفعل بالنسبة للإذاعة البريطانية يختلف ما بين مؤيد وغاضب ، وفي بعض الأحوال يكون رد الفعل محايداً إذا ما كانت الإذاعة لا تهاجم ولا تمدح ، كما هو الحال مع ألمانيا الغربية ، وفي كثير من الأحوال وبسبب وجود تبادل في الموظفين مع كندا وأستراليا ونيوزيلندا وغيرها نجد هؤلاء الموظفين عند عودتهم يصبحون صوتاً للإذاعة البريطانية ، ولا يقتصر التبادل على أبناء رابطة الشعوب البيض ، فهناك تبادل بين الإذاعة البريطانية وإذاعات اليابان والسويد والنرويج وهولندا وبعض الدول الصغيرة ، ولكن النقطة التى تدعو إلى إمعان النظر ذلك التعاون بين الإذاعة البريطانية وإذاعة ألمانيا ، فنجد منتصف الستينيات أخذت إذاعة ألمانيا الغربية تذيع برامج موجهة زادت ساعاتها حتى فاقت الإذاعة البريطانية . والإذاعة الألمانية متحررة شكلياً من النفوذ الحكومى أكثر من الإذاعة البريطانية ، وهى تتبع وزارة الداخلية اسماً ، ولكنها تتعاون مع إذاعات لندن وواشنطن ، فهناك اتصال بين هذه الإذاعة الألمانية ووزارة الخارجية البريطانية ، وليس مرة واحدة بل ثلاث مرات في اليوم ، إلى جانب خط مستمر بين ممثل الإذاعة الألمانية في لندن ، وهذه الإذاعة - وتسمى Deutsche Welle وهى عضو في اتحاد إذاعات ألمانيا الغربية - تدعى أنها لا تخضع للحكومة ، ومع ذلك تنصب نفسها حامية للمصالح القومية فتفسر الأخبار وفق مآثاء ، لقد أدى ذلك إلى حدوث بعض الأزمات ، فمثلاً اتهمتها حكومة اليونان بالتدخل لإسقاط نظام الحكم ، في حين أن حكومة ألمانيا الاتحادية كانت على علاقات طيبة باليونان . والإذاعة الألمانية لما وراء البحار محدودة الحرية بالنسبة للتواحي الفنية ، فهى لا تقوى إلا بأقل قسط ممكن من أبحاث المستمعين ، ولا تمتلك غير بضع محطات قليلة ، من بينها محطة أنشأتها في مالطة قوتها ٦٠٠ كيلووات على الموجة المتوسطة لنقل البرنامج العربى . والإذاعة الألمانية لما وراء البحار تتمتع حتى الآن بسمعة لا بأس بها ، وقد يعود ذلك إلى نفوذ ألمانيا

الغربة التجارى والمالى ، وإلى عدم تدخل وزارات أخرى أو وكالات المخابرات الألمانية فى أعمال هذه الإذاعة كما تهتم بوضوح الموجة ووصولها نقيه .. أضف إلى ذلك أنه لا توجد محطات كبيرة تستطيع أن تدعى أنها تتحدث عن أوروبا الغربية مثل هذه المحطة الألمانية التى تتعاون تعاوناً وثيقاً جداً مع لندن .

ودور المحطة الألمانية هام للغاية ، خاصة أنها تتجنب بقدر الإمكان التدخل فى الشؤون الوطنية « للغرب » ولكن لايعنى ذلك أنها تترب من المواضيع السياسية الجدلية .. وهذه الإذاعة تشارك زميلتها الإذاعة البريطانية فى هذا المبدأ ، بل تتفوق عليها ، نظراً لأن الإذاعة البريطانية تنتمى إلى دولة لها تاريخ استعمارى قديم .

والإذاعة البريطانية فى خدماتها الخارجية لا تميل إلى إظهار الدعاية كدعاية ، بمعنى أنها لاتحاول تغيير الوضع السياسى فى المنطقة المستهدفة عن طريق إثارة الشعب ، أو كما قال أحد البريطانيين : « إن مهمة الحرب السيكلوجية فى أيام السلم محدودة للغاية ببناء صرح من الثقة ، مع دراسة العدو وإعداد الأجهزة الفنية والإدارية لتعمل فى الحال عندما يحين الوقت المناسب لإطلاق دعاية إيجابية » وهذا ما عناه جران Hugh Gran مدير الإذاعة البريطانية عندما وصف الإذاعة بأنها بمثابة الأسطول البريطانى ، ويرى أحد المحللين الروس أن نشاط الإذاعة البريطانية هو نشاط هدام ، وإن يكن قد التف بغلالة من الضمنية والتقرب ، ويقتبس لنا هذا الروسى محاضرة ألقاها موريس لبتى Maurice Latey وكان رئيساً لقسم الإذاعات الموجهة إلى شرق أوروبا . قال : نحن الآن ندفع بأبنا مؤارباً ، وقد ينعلق هذا الباب ، وقبل أن يعلق مرة ثانية أمامنا أهداف قليلة يجب أن نحققها ، والإذاعة تستطيع أن تجعل هذا الباب مؤارباً حتى نضع أرجلنا فلا يستطيع أحد إغلاقه ومن ثم نضمن عدم نجاح طريقة ستالين التى قامت على عزل العالم الشيوعى عزلاً كاملاً عن العالم الغربى ، وإذا ما نجحنا إذاعياً وجعلنا الباب مؤارباً دائماً نكون قد أدينا خدمة كبرى للسلام ، ويفسر الروسى هذا المعنى بأنه تدخل فى الشؤون الروسية ، خاصة أن الهدف الرئيسى للدول الغربية هو إعادة تشكيل أوروبا ، ومهما يكن من أمر فإن الإذاعة البريطانية وإن كانت تدين حقاً بهذا رأى فإنها تراه هدفاً يتحقق فى المدى البعيد جداً ، وأن الإذاعة قد تودى فى سبيل تحقيقه - دوراً ما عن طريق إطلاع الشعوب على الأنباء التى يحذفها الرقيب ، مما قد يؤثر فى عدد من الشيوعيين إن لم يكن فى غالبيتهم .

والبريطانيون ، وبالتالي الإذاعة البريطانية ، وإن اتصفت بعدم تشجيع مبدأ المساواة الاجتماعية كما نادى بها ماركس فإنها تنادى بمبدأ الحرية والديمقراطية البرلمانية وتحاول تخييب هذا النظام للشعوب الأخرى ولكنها ليست على استعداد لاستمالة الشعوب الأخرى نحو الديمقراطية البرلمانية ، وإن تذهب بعيداً فهي تعلن عن هذا المبدأ وكأنها تقول إذا أردتم اعتناقه فهو لكم ، وإذا أردتم رفضه فأنتم أحرار ، ومثل هذه الرسالة تؤثر أكثر من الضغط على الشعوب والجماعات وإن تكن من ناحية الشكل محايدة وليس فيها إكبار .