



تاريخ استلام البحث ٢٨ / ١٠ / ٢٠٢٥

تاريخ قبول البحث ٢ / ١١ / ٢٠٢٥

تاريخ النشر ٣٠ / ١٢ / ٢٠٢٥

رقم الترميز الدولي / ISSN (P): 2710-2653

ISSN (E): 2960-253X /

رقم الايداع الوطني / 2019 / 2375

واقع ومستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية

The reality and future of media employment in US foreign policy

م. محمد رشيد صبار

M. Muhammad Rashid Sabbar

الجامعة العراقية / كلية الاعلام

Iraqi University / College of Media

Mohammed.r.763@cis.uobaghdad.edu.iq

IRAQI
Academic Scientific Journals

<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/229>

الملخص

يتجه مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية نحو الاعتماد بشكل أكبر على التقنيات الرقمية ، مع ضرورة مواجهة تحديات المنافسة العالمية من القوى الأخرى. ومع ذلك، يواجه هذا المجال تحديات تتعلق بالمصداقية الإعلامية، مما يتطلب استراتيجيات جديدة للتواصل وبناء الثقة في المشهد الإعلامي العالمي المعقد .

الكلمات المفتاحية : "التوظيف"، "الاعلام"، "السياسة الخارجية"، "الولايات المتحدة الأمريكية"

Abstract

Media recruiters in US politics are increasingly digitally oriented, facing the challenges of global competition from other workforces. However, the field faces rising credibility challenges, requiring them to confidently communicate in a complex global media landscape.

Keywords: "Employment", "Media", "Foreign Policy", "United States of America"

المقدمة

يشهد العالم اليوم تطورًا كبيرًا في الفترة الأخيرة أضحت فيه وسائل الإعلام على مختلف أنواعها جزءًا لا يتجزأ من حياة الناس، حيث تنتوع الوسائل الإعلامية إلى تقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفاز، وهناك أيضًا الوسائل الحديثة التي أحدثت طفرة كبيرة على صعيد التواصل كمواقع التواصل الاجتماعي، والإنترنت وغير ذلك.

لقد أصبحت الثورة الإعلامية أمرًا واقعيًا لا مناص منه، ويتجلى هذا في كل ما نراه أو نقرأه، أو ما تنتقله لنا الميديا ووسائل التواصل الاجتماعي، بدرجة جعلت من العالم قرية صغيرة محددة المعالم والأركان. وكان للثورة الرقمية دورها في تطور دور الإعلام وجعله وسيلة مهمة في المعرفة وتقصي الحقائق وتوجيه جموع المشاهدين نحو أهداف معينة، بما جعلها من الوسائل التي تتسم بشقين، الأول إيجابي يعتمد على عرض الحقائق وتوجيه الناس نحو ما ينفعهم وتحذيرهم مما يضرهم، وآخر سلبي يعتمد على إثارة الفتن وخلق الحقائق وتزييف الواقع، بما يعرض للناس لحالة من التضليل. ولا شك أن الإعلام الإيجابي مهم في حياتنا ولا غنى عنه، لما يقدمه من دور فارق ومؤثر وحيوي.

ويلاحظ أن السياسة الخارجية الأمريكية تولي وسائل الإعلام أهمية كبيرة، لأنها تدرك أهمية الدبلوماسية الناعمة في تحقيق أهدافها والسيطرة على الأفكار ونشر ثقافتها، تمهيدًا لسيطرتها السياسية والاقتصادية، حيث أدركت الولايات المتحدة الأمريكية أن القوة العسكرية وحدها لن تمكنها من تحقيق أهدافها، فعمدت إلى استغلال الإعلام لتحقيق أهدافها في دول وقارات العالم كافة. وهذا ما جعل الولايات المتحدة اليوم أكثر سيطرة وإحكامًا

على اقتصاديات دول عديدة، ودفعها إلى التحكم في الثروات وحسم الأجندات السياسية وتحديد الأذرع الأساسية للحكم حول العالم.

وبعد سقوط الاتحاد السوفيتي وانتهاء الحقبة الشيوعية أصبح العالم محكومًا بقطب واحد وهو القطب الأمريكي، وقد أدركت الولايات المتحدة الأمريكية أنها لن تكون قادرة على الاستمرار في قيادة العالم إلا إذا عززت صورتها الذهنية وحسنت مواقفها ودبلوماسيتها أمام العالم، حيث تقدم نفسها حاليًا على أنها راعية الديمقراطية والحرية في أي مكان في العالم.

ومن هذا المنطلق جاءت فكرة البحث الحالي لتسلط الضوء على واقع اعتماد السياسة الخارجية الأمريكية على الإعلام في تحقيق الأهداف الدبلوماسية الرسمية أو الشعبية، إضافة إلى مستقبل توظيف تلك الوسائل لخدمة الولايات المتحدة الأمريكية، بما يسمح لنا بكشف طبيعة هذا الدور الذي يقوم به الإعلام الأمريكي، وأهميته، وكيفية تشكله، وكيف يؤثر في سياسة أمريكا الخارجية، وما انعكاسات ذلك؟

مشكلة البحث وتساؤلاته: إن التطور الكبير الذي شهده حقل الإعلام والتواصل، قد جعل من الصعوبة أن تسيطر دولة على دول أخرى من خلال الأدوات الإعلامية التي تمتلكها، حيث أضحت بإمكان كل شخص أن يصنع المحتوى الخاص به عبر الوسائل الحديثة كمنصات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، ولذا فإن هذه الدراسة تسعى إلى فهم طبيعة الوسائل الأمريكية الإعلامية الجديدة في تطويع الأمور لصالحها، ومن ثم فإن سؤال الدراسة الرئيس يتمثل في:

ما واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية ومستقبله؟

ويتفرع عن هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي:

١. ما دور الإعلام في صنع السياسات الخارجية للدول؟
٢. ما واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية؟
٣. ما أبعاد مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية؟

فرضية البحث: أن لوسائل الاعلام دور كبير في تنفيذ اهداف السياسة الخارجية الامريكية وان هذا الدور دعمته الثورة الرقمية .

أهداف البحث: يهدف البحث الحالي إلى ما يلي:

١. التعرف إلى دور الإعلام في صنع السياسات الخارجية للدول.
٢. بيان واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية.
٣. التعرف إلى مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية.

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث فيما يلي:

١. يتناول البحث الحالي دور وسائل الإعلام في خدمة السياسات الخارجية للدول.
 ٢. يسعى البحث الحالي إلى التعرف على واقع الإعلام واستخدامه في السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية.
 ٣. أنه سيحدد الأطر العامة لمستقبل توظيف الإعلام في السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية.
- منهج البحث:** يتبع البحث الحالي المنهج الوصفي على اعتبار أنه أنسب المناهج لمثل هذا النوع من الأبحاث، حيث يقوم بالتفسير والشرح والوصف لموضوع البحث.

مخطط البحث: يأتي البحث الحالي فيما مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة.

- المقدمة: فيها التعريف بالبحث ومشكلته وتساؤلاته وأهدافه وأهميته ومنهجه ومخططه.
- المبحث الأول: الإعلام وصنع السياسات الخارجية للدول.
- المبحث الثاني: واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية.
- المبحث الثالث: مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية.
- الخاتمة والاستنتاجات.

المبحث الأول: الإعلام وصنع السياسات الخارجية للدول.

لا يستطيع أحد أن ينكر الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في صنع السياسات الخارجية للدول، وليست الولايات المتحدة الأمريكية بعيدة عن هذا الأمر، حيث ظلت السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية محلاً للاهتمام مع استمرارها قوةً عظيمة تقود النظام الدولي، وذلك بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ونهاية الحرب الباردة التي رسخت القيادة الحصرية لها، من أكثر الموضوعات إثارة للجدل في عالم السياسة الأمريكية الخارجية، ولعل المتتبع لآلية صنع القرار في السياسة الأمريكية الخارجية، يجد أن هناك عديداً من العوامل الداخلية التي لها دور حاسم في تشكيل وبلورة السياسة الخارجية الأمريكية، ولها تأثير مهم وحاسم في شكل قرار السياسة الخارجية لها ومضمونها لكثير من الاعتبارات الداخلية التي تؤثر في البدائل والخيارات التي يجب على صناع القرار في أمريكا تنبئ إحداها (في الولايات المتحدة الأمريكية تشمل المدخلات أو السياسية الداخلية المؤثرة على سياستها الخارجية بوجه عام، واتجاهات الصراع العربي- الإسرائيلي بوجه خاص، عناصر متنوعة تتفاوت في تأثيرها مثل: جماعات

المصالح ووسائل الإعلام والرأي العام الأمريكي، ولا تحدد مثل تلك العوامل سلوكًا أمريكيًا معينًا، أو قرار بعينها بقدر ما تضع حدودًا يتحرك عبرها صناع السياسة الخارجية ولا يمكن لها أن يتخطوها).^١

لا شك أن الإعلام يعد أحد مُشكّلات السياسة الخارجية للدول بشكل عام، وللولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص، فهي تعتمد عليه بوصفه يمثل الدعامة الخارجية والقوى الناعمة الأكثر تأثيرًا، ولعلها في ذلك تنتهج مسلكًا آخر غير الذي كانت تعتمد عليه في أول الأمر، حيث كانت تركز على الجوانب العسكرية وقوتها الباطشة، ولكن لما كانت للإعلام قوة تغير من موازين الصراع فقد لجأت إليها واعتبرها الأداة الأكثر أهمية في رحلة هيمنتها على دول العالم بوجه عام، والشعوب العربية بوجه خاص.

لقد أخذ المجهود الإعلامي الأمريكي نحو الجماهير العربية بوجه خاص بالتطور والتبلور بشكل لافت للانتباه، وبصورة تتماشى مع تصاعد المجهود الحربي الأمريكي في المنطقة، وأصبح بالإمكان توفير مخصصات مالية سخية من الكونغرس لصالح برامج الإعلام الخارجي في وزارة الخارجية الأمريكية.^٢

وقد ذهب البعض نحو الحديث عن تفاعل متغيرات السياسة الخارجية معًا، وتأثيرها على قرار صنع السياسة الخارجية على أنها تتفاعل في إطار موحد سُمي بنسق السياسة الخارجية (فكما أن الحقيقة الأساسية للنسق هي التفاعل والترابط بين وحداته، فإن متغيرات السياسة الخارجية تتفاعل وتترابط مع بعضها بعضًا بما يمثل نسقًا متكاملًا بذاته).^٣

ولا شك أن الإعلام يقوم بدور كبير في صناعة الرأي العام من خلال أجهزته المختلفة ذات التأثير الكبير في الجماهير ولا شك أن التلفزيون من أهم وسائل الإعلام التي تلقى متابعة كبيرة ولذلك فقد اهتمت السياسة الخارجية الأمريكية بالتلفزيون من خلال إنشاء عدة قنوات تلفزيونية موجهة إلى البلاد العربية.^٤

ولما كانت المنطقة العربية على وجه الخصوص مقصدًا من مقاصد السياسة الخارجية الأمريكية، فقد وجهت اهتمامها الإعلامي إليها، وخصتها بالبرامج الناطقة بالعربية، لكي تصل إلى كل شبر وبيت وتبث رسالتها التي تود إيصالها إليهم. ولذا يمكن القول إن الولايات المتحدة الأمريكية تهتم بوسائل الإعلام اهتمامًا كبيرًا خاصة على الصعيد الخارجي، وقد أنشأت السياسة الخارجية الأمريكية عدة وسائل إعلامية بهدف تحقيق أهدافها ومصالحها، ولعل الوسائل المرئية من أهم هذه الوسائل على الإطلاق، ومن أبرز القنوات التي أنشأتها الخارجية الأمريكية ووجهتها إلى الشعوب العربية قناة الحرة التي استطاعت أن تحقق نجاحًا كبيرًا في إيصال الرسائل الأمريكية للدبلوماسية الناعمة إلى الشعوب العربية.

المبحث الثاني: واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية.

تقوم الحكومات الأمريكية المتعاقبة على تبني مبادئ المدرسة الواقعية في السياسة الدولية، والتي تقوم على المصلحة والقوة، وبخاصة الحكومات التي تنتمي إلى الحزب الجمهوري، وعلى وجه الخصوص ابتداءً من نهاية الحرب العالمية الثانية، أي خلال حقبة الحرب الباردة وحتى الوقت الحالي. وتتطلق المدرسة الواقعية بأفكار (مورجنتاو) والذي يسيطر تلامذته على الإدارة الأمريكية وحسب رأي تلك المدرسة التي تحكمها قوانين موضوعية لها جذورها في الطبيعة البشرية، وفي هذا السياق يرى (مورجنتاو) أن الطبيعة البشرية تتسم بشغف متأصل بالقوة يظهر في تصرفات الشخص في حياته اليومية وفي السلطة، ويعتبر أن السياسة الدولية مثل أي سياسة تعد صراعاً من أجل الوصول إلى القوة، وأن سلوكيات الدول تحركها حوافز الحصول على مزيد من القوة، والتسابق لزيادة تلك القوة من خلال الركون إلى الوسائل والأدوات المتاحة.^٥

ويتضح من ذلك مدى تأثير القوة الإعلامية الأمريكية في توجيه سياستها الخارجية، وفي تحديد أهدافها بغية الوصول إلى ما ترى أنه يخدم مصالحها ويحقق لها المكاسب، بغض النظر عن تأثيرات ذلك على الأطراف الأخرى سلباً أو إيجاباً. فقد "أدركت السياسة الخارجية الأمريكية أهمية وسائل الإعلام في الدبلوماسية الناعمة فأولتها أهمية كبيرة وهدفها الأسمى تحقيق أهدافها الاستراتيجية على المستويين القريب والبعيد".^٦

وبدورها تختلف السياسة الدولية عن السياسة الوطنية في أن الأخيرة تتمتع بكثير من الضوابط والقيود، من بينها وجود طرف محتكر للقوة والذي هو الدولة، ووجود قوانين وأعراف معمول بها، وأيضاً وجود عادات وقيم مشتركة تؤثر بشكل إيجابي في السياسة الداخلية أما في النظام الدولي فهناك غياب لطرف يحتكر القوة، وفرض تأثير كبير في اللعبة السياسية على غرار السياسة الوطنية. وعلى الرغم من وجود ضوابط في شكل أعراف وقوانين دولية، فإن باب الصراع من أجل القوة يبقى مفتوحاً على مصراعيه. ويظهر إذن أن عامل القوة وفق تصور (مورجنتاو) يحكم العلاقات الدولية منذ القدم، وأن العلاقات الدولية محكومة بعلاقات الصراع من أجل القوة.^٧

ولا شك أن هذا التصور يثبت صحته يوماً بعد آخر، فعالمنا اليوم تحكمه القوة المفرطة، ولا يرضخ للضغوط الكلامية أو المناوشات التي لا طائل منها، بل إن الصراعات فيه باتت تُحسم لصالح من يمتلك قوة أكبر، ويستطيع هزيمة الآخرين وإخافتهم.

وفي الواقع فقد مارست الولايات المتحدة لمدة طويلة استخدام القوة الصلبة والمفرطة والتهديد في تعاملها مع بعض الدول، والتي عدّت أنها تهدد مصالحها والسلم العالمي، ونتيجة لهذه التداعيات والتحديات الناجمة عن احتلال أمريكا لأفغانستان والعراق، وظهور ملامح تفكك كثير من الدول العربية، وتحمل الولايات المتحدة

الأمريكية جزءاً كبيراً من هذه المسؤولية عما وصلت إليه تلك الدول، وقد دعت وزيرة الخارجية الاسبق هيلاري كلينتون إلى ضرورة أن تقوم الولايات المتحدة الأمريكية باتباع نهج القوى الذكية في الشرق الأوسط والمنطقة العربية من أجل استعادة القدرة القيادية العالمية للولايات المتحدة عن طريق الاستخدام المرن لجميع وسائل السياسات، بما فيها السبل الاقتصادية والدبلوماسية والثقافية والقانونية والعسكرية والسياسية، أي المزج بين نوعي القوة الذكية (القوة الناعمة والقوى الصلبة)، كما عبر عنه "ليزلي جلب" في كتابه قواعد القوة بأن الحس السليم بإمكانه أن ينقذ السياسة الأمريكية الخارجية من مأزقها وأن يخفف من حدة الاستيلاء العالمي منها.^٨

والسؤال هنا: هل كانت تلك القوة الصلبة مؤثرة أكثر أو القوة الناعمة؟ لا شك أن لكل منهما دوره الذي لا يمكن لغيرها أن تقوم به، فالقوة العسكرية تستخدم بشكل منظم ومدرس، في حين أن القوة الإعلامية بوصفها قوة ناعمة يمكن أن تستخدم في أي وقت وبشكل مفرط، ولكنها حتى وإن كانت بطيئة الأثر، غير دائمة وتؤدي أكلها على المدى الطويل.

تقوم جوهر الاستراتيجية الدعائية الأمريكية على أن أي تميز أو فصل بين التخطيط السياسي والتخطيط الدعائي لا وجود له فيما يتصل بالسياسة الخارجية الأمريكية، لأن كليهما يخرج من إطار واحد للحركة نحو عملية إدارة الصراع، وهي تتشكل في أشكال ثلاثة: الأول الإعداد للاختراق، والثاني التغطية والتمويه فيما يتصل بالأهداف الأمريكية، والثالث التبرير وصنع الشرعية.^٩

وهذه الأشكال الثلاثة تعد أمراً متبعاً في كل ما تقوم به الولايات المتحدة من أفعال وصراعات وتدخلات، فهي أولاً تقوم بالإعداد للاختراق، ثم ثانياً تقوم بعملية التموه والتغطية العكسية للحدث بحيث يرى المتابع عكس ما يحدث أو على الأقل لا يلومها على ما تفعله، ثم ثالثاً تقدم التبريرات التي لا تغني ولا تثمن من جوع بعد أن تكون قد فعلت كل شيء وحصلت على ما تريد بالقوة.

ورغم كثرة الأبحاث التي تقوم بتناول التأثير المتبادل بين الإعلام والسياسة الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية، لا يزال هذا الموضوع يثير جدلاً واسعاً في الأوساط الإعلامية والأكاديمية، إضافة إلى أن قضية البعد الثقافي في التغطية الإعلامية الأمريكية لبعض الشؤون منها للشؤون الإسلامية والعربية لا تزال غير مطروقة على نطاق واسع وأن التركيز على البعد الثقافي في التغطية الإعلامية الأمريكية في الشرق الأوسط توحى بشكل واضح إلى أنها تقوم على النظريتين الرئيسيتين الآتيتين:

١. الوصفية: ويتم عن طريقها قضم العالم والحكم عليه بالمدى الذي يلتزم به أو يقلد الممارسات والقيم الثقافية والاجتماعية الأمريكية.

٢. الانتقائية: إذ يتم انتقاء صور من ثقافات أجنبية، ومن خلالها يتم تكوين تصور عام عن تلك الثقافة، وتعد تلك النظرية امتدادًا للمدرسة الحداثية والتي تقسم العالم إلى مجتمعات تقليدية وحديثة، ومن خلال وجهة النظر هذه فإن المجتمع العربي يعد مجتمعًا تقليديًا يحتاج بشكل ضروري إلى التحديث، كما يكشف هذا التوجه عن العنصرية الثقافية القائمة على رفض التعدد الثقافي في العالم، وهو ميل أكثر جلاء منذ نهاية الحرب الباردة. ومن جانب آخر فإن ميل المجتمعات إلى التمسك بقيمها الثقافية الخاصة والخوف من الهجمة الثقافية الغربية قد أدت إلى ظهور نظرية الصراع، وقد تغيرت نظرية صراع الحضارات إلى مادة للنقاش المتسارع والحاد منذ الحرب الباردة، وغدت أشد وضوحًا من التغطية الإعلامية الأمريكية.^{١٠}

ومن خلال هاتين النظريتين تقدم وسائل الإعلام الأمريكية صورة عن المجتمعات الأخرى كما تحب أن تراها وليس كما هي في الواقع الآن، بل وتقوم بترسيخها وتكررها من أجل أن تصبح صورة نمطية راسخة في أذهان الغربيين على وجه الخصوص وعند الشرقيين عامة.

وما سبق يؤكد أن الولايات المتحدة الأمريكية تدرك أن الإعلام قادر على صنع ما عجزت عنه المدافع والدبابات في التأثير على عقول الناس، فالغزو لا يقتصر على الغزو العسكري، فهناك أيضًا الغزو الثقافي الذي يعد أشد فتكًا من الغزو العسكري والذي يؤثر بشكل كبير على عقول المجتمعات وتغيير المفاهيم ونشر التغريب بين أبناء المجتمعات العربية.

المبحث الثالث: مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية.

عند الحديث عن مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية لا بد من التأصيل لحقيقة مفادها أن الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول على السواء ترى أن الإعلام والدعاية المتعلقة به لهما دور كبير في التأثير السياسي المحلي والدولي، وعلى هذا فلا يقتصر الدور الإعلامي على جانب الاتصال بل هو وثيق الصلة بالسياسة الداخلية والخارجية والدول، ولهذا فإن الدول الغربية تهتم اهتمامًا كبيرًا بالعولمة الإعلامية، حيث تسعى تلك الدول وخصوصًا الولايات المتحدة الأمريكية إلى إعادة تشكيل العقول والسلوكيات في عالم الجنوب وفق رؤيتها الذاتية الخالصة، ويتم ذلك من خلال فتح المعابر الحدودية أمام المعلومات، وكل ذلك بغية تحديد هدفها السياسي المتمثل في متى تستخدم القوة من عدمها، ومتى تتدخل في مصائر الشعوب. وعن طريق تلك التكنولوجيا المعلوماتية تمكن الغرب من تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تخدم أهدافه، ولكي تحقق هذا الهدف قامت باستخدام بنك المعلومات من أجل جمع المعلومات اللازمة للحروب والتدخل في سياسات الشعوب ومراقبة

الدول التي ترى أنها مخالفة لها، إضافة إلى استخدام تلك المعلومات في تحليل طبيعة العلاقات المعاصرة وتبيان أغراضها.^{١١}

وهذا أمر ملموس؛ فلا أحد يمكنه التشكيك في أن هناك تأثيراً على العلاقات السياسية الأمريكية من خلال الوسائل الإعلامية والتوظيف الإعلامي المستمر لأدوات محددة ومدروسة.

وفي الواقع فإن الولايات المتحدة الأمريكية لم تترك مكاناً إلا وجرت إليه من أجل التدخل في شؤونه الداخلية، مع العمل على تحقيق مصالحها القومية، مغتصبة خيرات كل بلد تدخله، فبعض الحكام يرون أن مصالحهم لا تتحقق إلا من خلال أمريكا، وغدت مصدر الأمن والأمان لهم، ولعل هذا ما دعم تدخلاتهم. ولذا فإن الهدف الحقيقي لأمريكا يتلخص في إبطاء تقدم أي دولة، مع الاستحواذ والسيطرة عليها من أجل أن تستمر قويةً وتقف على رأس الدول الكبرى.^{١٢}

وقد ظهرت مثل هذه التدخلات بشكل فج في الحروب التي خاضتها في العراق وأفغانستان وغيرهما، وفيما تقوم به في كل يوم من تدخل سافر في الشؤون الداخلية للدول من أجل إحكام السيطرة عليها والتصرف نيابة عنها.

وتعتمد الولايات المتحدة في سياستها على وسائل الإعلام، حيث اعتمدت تلك النظرية في قيامها على منطق أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ، ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام، والذي تحيا فيه؛ حيث إن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وسائل الإعلام بوظائفها وأدوارها بشكل فعال، والتي تتمثل في نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام. وهنا تتجلى الفكرة الأساسية من نظرية الاعتماد في وسائل الإعلام بشكل واضح بقدرتها على التأثير والانتشار الواسع في المجتمعات وتغيير سلوك الأفراد، وبخاصة في التطورات الحادثة في ثورة تكنولوجيا المعلومات، بما عزز من فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام من أجل التأثير على الثقافة الإعلامية والتوجهات الفكرية والسياسية لأفراد المجتمعات عن طريق الشبكة العنكبوتية ووسائل الاتصال الاجتماعي، والتي كانت محركاً رئيساً في ثورات الربيع العربي.^{١٣}

ومن الأهداف الرئيسة لتلك النظرية الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثراً مباشرة وقوية، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، ويمكن القول إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد نظرية بيئية، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية، سواء أكانت كبيرة أم صغيرة، بحيث يتصل كل منهما بالآخر، ثم تقوم بتفسير سلوك الأجزاء فيما يتصل بتلك العلاقات.^{١٤}

واقع ومستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية م. محمد رشيد صبار

وتقوم السياسة الإعلامية الأمريكية المستقبلية من سعي الولايات الأمريكية جاهدة من أجل تقديم نفسها للجميع بوصفها صديقة وليست عدوة، فهناك أموال كبيرة ترصد، وعقول وطاقت كبيرة توظف، إضافة إلى مراكز وهيئات يتم تأسيسها، وسياسات وبرامج يتم تصميمها، وجميعها من رسم تحقيق التسويق والتحسين المأمولين.^{١٥}

وهذه النظرية؛ أي أنها صديقة للجميع وتسعى للمصلحة العامة، باتت من الأمور المستغربة والمستهجنة في عالم اليوم، فلا يكاد يصدقها أحد، ولعل الآلة الإعلامية الجبارة قد نشأت لتكون بديلاً عن تلك التدخلات الفجة، ولتمثل تدخلاً من نوع آخر، ألا وهو التدخل الفكري والمعرفي وتشكيل وجهة نظر عامة لدى فئة من الناس حول موضوع بعينه.

وتسعى الدبلوماسية العامة مخاطبة الشعوب والرأي العام بها عن طريق أحزابها والتشكيلات غير الرسمية الموجودة في كيان المجتمع، والتي تعبر عن قطاعات حيوية فيه، وهي بهذا تختلف عن الدبلوماسية الرسمية التي تهتم بالحكومات فقط، وتتضمن الدبلوماسية العامة كل الأنشطة والجوانب التي تتخبط فيها الخارجية الأمريكية، وذلك من أجل القيام برعاية المصالح القومية الأمريكية على الأصعدة الرسمية وغير الرسمية، بما في ذلك جوانب الإعلام والفن والدعم التنموي، والتبادل العلمي، والثقافة، والحوارات، والندوات ... إلى غيرها. والتعريف الأكاديمي الرسمي الأمريكي لهذا النوع من الدبلوماسية يجعلها مرتبطة بشيئين، وهما: دعم المصالح القومية الأمريكية وتحسن صورة الولايات المتحدة، وتفكيك سوء الفهم الذي يمكنه أن ينشأ في المجتمعات والدول المختلفة بسبب الإصرار على وصول أمريكا إلى تحقيق مصالحها في العالم، وحزمها وصرامتها في إنجاز ذلك في الوقت الراهن، ولذا تركز الدبلوماسية العامة أغلب قدراتها من أجل تحقيق الأمر الثاني، أي تحسين الصورة وتفكيك سوء الفهم.^{١٦} ولذا يمكن القول إن الدبلوماسية الأمريكية قد اتخذت الوسائل الإعلامية سبباً لتنفذ منه إلى الدول والمجتمعات الأخرى بهدف الهيمنة عليها، وتحقيق مصالحها بدلاً من الإطار العسكري الذي لم يعد مقبولاً ومكلفاً في الوقت ذاته.

وفي هذا الإطار لا يمكن أن نغفل دور اللوبي الصهيوني في الولايات المتحدة الأمريكية في رسم السياسة الإعلامية الخارجية الأمريكية حيث يتمتع بنفوذ كبير، يصل إلى الدرجة التي يمنع فيها بعض القرارات ويؤخر بعضها ويعدلها.^{١٧} فمما لا شك فيه أن هذا اللوبي يسعى إلى رسم السياسات الخادمة لمصالحه دون سواه، وهو دور لا يكاد ينتهي، لأنه متقشٍ ومسيطر على السياسات الأمريكية من خلال أشخاص تم إعدادهم لذلك الأمر مراراً وتكراراً.

وبالنظر إلى الأنشطة الاتصالية في الدبلوماسية الأمريكية فإنها تمثل أحد أهم أدوات المنظمات الدبلوماسية الأمريكية في القيام بالأدوار المنوطة بها على المستوى الدولي، فهي بمثابة الأداة التي تستخدمها تلك المنظمات لتخطيط وتنفيذ الأحداث الدولية المعنية بإدارتها، أي أنها أحد الأدوات التي تستخدمها أي دولة للتعامل مع الدول الأخرى، وإذا كانت عناصر الهوية الوطنية للدول والشعوب هي أحد المحددات الأساسية لتشكيل مكانتها الدولية، ورسم ملامح صورتها النمطية؛ فإن اهتمام القائمين بالاتصال وممارسي العلاقات العامة في المنظمات الدبلوماسية بتقديم هذه العناصر عبر ما يمارسونه من أنشطة اتصالية دولية بالمنصات الرسمية لهذه المنظمات؛ قد يساهم في تعزيز المدركات العالمية عن أوجه تفرد وتميز الدولة من ناحية، ويدعم تعزيز أبعاد صوتها النمطية ومكانتها الدولية من ناحية أخرى.^{١٨}

ولكي نعي الإعلام الأمريكي ونفهم الرؤية التي ينطق منها على الصعيد الخارجي، لا بد أن نتعمق في فلسفته التي ينطلق منها والتي تقوم على عنصرين:

الأول: تصدير صورة أمام الرأي العام الدولي أنها تقوم بما يلزم في سبيل المجتمع الدولي وأنها لا تخرج عن الأعراف الدولية وأن نموذجها يمثل التقدم والحرية.

الثاني: خلق قناعة دولية وهيئة دولية بأن الولايات المتحدة تمثل التنسيق والالتزام بالمعايير الدولية وأنها تقوم على قيادة ديمقراطية تضمن المعاهدات وتلتزم بها.^{١٩}

ومن خلال هذين العنصرين تمارس الولايات المتحدة دوراً سياسياً عالمياً وتعتبر نفسها مسؤولة عنه، وتكرس جهودها في سبيل ذلك.

إن وسائل الإعلام والرأي العام ومراكز الأبحاث الأمريكية أو كما يحلو للبعض تسميتها بمراكز تفريخ الآراء قد أضحت ذات تأثير كبير في عملية صنع السياسة الخارجية الأمريكية تجاه القضايا الكبرى التي تشغل الولايات المتحدة الأمريكية.^{٢٠}

ومن هذا المنطلق يمكن القول إن الولايات المتحدة الأمريكية تحاول السيطرة على النظام الإعلامي الدولي، إذ تقوم أولاً بالسيطرة على مدخلات هذا النظام لتضمن ثانياً مخرجاته، وبذلك يمكنها أن تسيطر على العالم اقتصادياً وسياسياً، وتبرر تلك السيطرة أيضاً من خلال الوضع ذاته، وتعتبر السيطرة على التكنولوجيا الإعلامية والاتصال أحد أهم أشكال السيطرة على مدخلات النظام الإعلامي الدولي، ويمكن اعتبار تطوير الشبكات الرقمية المتكاملة دليلاً على أن التكنولوجيا الحديثة قد أصبحت أداة في أيدي عدد قليل من الدول التي تستفيد من التقدم التكنولوجي،

فالنظام العسكري الأمريكي مثلاً عندما قام بتطوير التكنولوجيا العسكرية والأقمار العسكرية، فإنه بذلك سيطر على تكنولوجيا الاتصال، وحدث تدخل لتلك التكنولوجيا في الأنشطة الاقتصادية والعسكرية.^{٢١}

ويصنف استخدام الولايات المتحدة الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي ضمن سياسات الدبلوماسية العامة وفي حقيقتها هي عبارة عن طرق تستطيع الحكومات من خلالها أن تؤثر بصفة مباشرة على الاتجاهات والآراء العامة، بحيث يكون لهذا التأثير ثقل ووزن على القرارات التي تتخذها الدولة في المجال الخارجي.^{٢٢}

وتقوم الدبلوماسية الخارجية الأمريكية بما يعرف بالدعاية الثقافية الدولية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، ومن المعلوم أن قوة هذا الدور الثقافي تزداد طردياً مع قوة الدولة التي تمارسه فكلما كانت الدولة قوية كان التأثير أكبر ، وإن الدول القوية تركز على نشر ثقافتها داخل الدول الأخرى مما أدى إلى ضعف الثقافة المحلية والقيم الأصلية لكثير من دول العالم، فهناك فرق بين التفاعل الحر بين الثقافات وبين فرض ثقافة معينة على حساب تحطيم الثقافة الأصلية لشعب معين من خلال استغلال الإعلام الدولي وشبكة الإنترنت من قبل الدول المتقدمة في حملاتها الدعائية لثقافتها، والتي توجهها للدول الأقل تطوراً والدول النامية، والتي تشمل في طياتها الآداب والفنون والتعليم ونشر لغة الدولة القوية والرياضة والتبادل الثقافي والمنح التعليمية ودعوة الصفوة من مثقفي الدول الأضعف لزيارة الدولة الأقوى لاستقطابهم إليها، ويذهب البعض إلى أن ظاهرة التخطي المعلوماتي للحدود أو الثقافة عابرة القوميات هي ظاهرة أمريكية بسبب التفوق الأمريكي الواضح في هذا المجال، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد وسائل الغزو الثقافي لدول العالم ونشر ثقافات الدول القوية من خلالها خاصة لدى فئة المراهقين والشباب المنبهرين بالتقدم الغربي.^{٢٣}

وختاماً فإن السياسة الخارجية الأمريكية تسعى إلى توظيف الإعلام لخدمة مصالحها من خلال عدة أدوات ووسائل تركز على مواكبة التطورات واستخدام وسائل الاتصال الحديثة في تحقيق أهدافها.

الخاتمة والاستنتاجات :

تناول البحث الحالي واقع ومستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية من خلال تناول دور الإعلام وصنع السياسات الخارجية للدول، ومن خلال تناول واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية، كما تناول البحث مستقبل التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية، وقد توصل إلى جملة من النتائج من أهمها ما يلي:

١- أن الإعلام له دور كبير في صنع السياسات الخارجية للدول بوجه عام والسياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية بوجه خاص.

٢-تولي الولايات المتحدة الدبلوماسية الناعمة أهمية كبيرة من خلال وسائل الإعلام الموجهة إلى العالم بوجه عام والشرق الاوسط بوجه خاص.

٣- أثبت البحث أن واقع التوظيف الإعلامي في السياسة الخارجية الأمريكية يقوم على تحسين صورة الولايات المتحدة وتقديمها على أنها راعية الديمقراطية والحرية، وبالتالي التأثير في العقل الجمعي للشعوب.

٤-تنتهج السياسة الخارجية الأمريكية الإعلامية أسلوب العصا والجزرة أو الترغيب والترهيب من خلال بيان إيجابيات السياسة الخارجية الأمريكية وبيان القوة الضاربة التي تمتلكها الولايات المتحدة عسكرياً وسياسياً واقتصادياً.

٥-توصل البحث إلى أن الاستراتيجية الأمريكية لتوظيف الإعلام في المستقبل تقوم على الاستفادة من التطورات الكبيرة في هذا المجال وبالتالي استخدام مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الأهداف السياسية الأمريكية.

الهوامش

^١ رويد أبو عمشة، وسائل الإعلام والرأي العام ومراكز الأبحاث الأمريكية ودورها في صنع سياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية، مجلة القراءة والمعرفة، العدد ١٥٤، ٢٠١٤، ص ٣٧.

^٢ ياسر محجوب محمد الحسين، المحاولات الأمريكية لاختراق الرأي العام العربي: قناة الحرة أنموذجاً، مجلة دراسات دعوية، ع ١٧، ٢٠٠٩، ص ٢١٧-٢١٨.

^٣ رويد أبو عمشة، وسائل الإعلام والرأي العام ومراكز الأبحاث الأمريكية ودورها في صنع سياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية، مجلة القراءة والمعرفة، العدد ١٥٤، ٢٠١٤، ص ٣٧.

^٤ المرجع السابق، ص ٣٩.

^٥ أحمد سليم البرصان، مصادر القوة العربية والسياسة الخارجية الأمريكية: إمكانية التأثير والتأثر، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد ١٣، ٢٠٠٧، ص ١١.

^٦ مروة عبد الهادي ثابت، الخطاب الصحفي للصحافة الإلكترونية المصرية والأمريكية تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في عهد دونالد ترامب تجاه القضية الفلسطينية، المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق، العدد ٢٥، ٢٠٢٢، ص ١٤٨.

^٧ أحمد سليم البرصان، مصادر القوة العربية و السياسة الخارجية الأمريكية: إمكانية التأثير و التأثر، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد ١٣، ٢٠٠٧، ص ١١.

^٨ أحمد صالح بني حمدان، الاستراتيجية الإعلامية الأمريكية ودورها في تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية تجاه مصر، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الإنسانية، ع ١، مج ٢٨، ٢٠٢١، ص ١.

^٩ بلسم عبد الحسين، دور الاعلام الامريكي في السياسات الخارجية، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، العدد ١٨، المجلد ٤، ٢٠١٤، ص ١٨٤-١٨٥.

^{١٠} المرجع السابق، ص ١٨٤-١٨٥.

^{١١} عاطف عودة الرفوع، تحديات العولمة والإعلام المعاصر. حوليات آداب عين شمس، جامعة عين شمس - كلية الآداب، المجلد ٣٩، ٢٠١١، ص ١٣٥.

^{١٢} مروة عبد الهادي ثابت، الخطاب الصحفي للصحافة الإلكترونية المصرية والأمريكية تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في عهد دونالد ترامب تجاه سوريا، المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق، المجلد ٢٥، ٢٠٢٢، ص ١١٦.

^{١٣} أحمد صالح بني حمدان، الاستراتيجية الإعلامية الأمريكية ودورها في تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية تجاه مصر، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الإنسانية، ع ١، مج ٢٨، ٢٠٢١، ص ٤.

^{١٤} المرجع السابق، ص ٤.

^{١٥} بلسم عبد الحسين، دور الاعلام الأمريكي في السياسات الخارجية، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، العدد ١٨، المجلد ٧، ٢٠١٤، ص ١٩٧.

^{١٦} المرجع السابق، ص ١٩٨.

^{١٧} البغدادي محمد سعد، دور اللوبي الصهيوني في توجيه سياسة أمريكا الخارجية المعادية للعرب، مجلة القلعة، العدد ٨، ٢٠١٧، ص ٢١٠-٢١٢.

^{١٨} إسلام أحمد، أحمد عثمان، فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية - بالمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية: دراسة تطبيقية على منصتي وزارتي الخارجية المصرية والأمريكية بموقع فيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، العدد ٢، المجلد ١٩، ٢٠٢٠، ص ٥٢٤.

^{١٩} حنان رزائقية، دور الإعلام في توجيه السياسة الخارجية الأمريكية وتضليل الرأي العام، أشغال المؤتمر الدولي: الإعلام ورهان التنمية فاس: مختبر اللغة والتواصل وتقنيات التعبير - كلية الآداب والعلوم الإنسانية ظهر المهرارز، ٢٠١٦، ص ٤٦٢.

^{٢٠} رويد أبو عمشة، وسائل الإعلام والرأي العام ومراكز الأبحاث الأمريكية ودورها في صنع سياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية، مجلة القراءة والمعرفة، العدد ١٥٤، ٢٠١٤، ص ٣٨.

^{٢١} عاطف عودة الرفوع، تحديات العولمة والإعلام المعاصر. حوليات آداب عين شمس، جامعة عين شمس - كلية الآداب، المجلد ٣٩، ٢٠١١، ص ١٤٤.

^{٢٢} هاجر ميزرة، التسويق الإلكتروني عبر الفيسبوك للبرامج التنموية الأمريكية بالجزائر ما بين الاتصال من أجل التنمية والدبلوماسية العامة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، العدد ٥، المجلد ١٠، ٢٠١٨، ص ١٠٦؛ هناء عكاشة طلبية إبراهيم، التغريدات الحكومية كأداة من أدوات السياسة الخارجية في إطار التحولات الدولية الراهنة: دراسة تحليلية على التغريدات الأمريكية الخليجية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ١٦، ٢٠٢١، ص ٣٧٩-٣٨٠.

^{٢٣} ميمي عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والتأثير، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد ٢٤، الجزء ٢، ٢٠١٨، ص ٣٦-٣٧.

١. أحمد سليم البرصان، مصادر القوة العربية و السياسة الخارجية الأمريكية: إمكانية التأثير و التأثير، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد ١٣، ٢٠٠٧.
٢. أحمد صالح بني حمدان، الاستراتيجية الإعلامية الأمريكية ودورها في تنفيذ السياسة الخارجية الأمريكية تجاه مصر، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الإنسانية، ع ١، مج ٢٨، ٢٠٢١.
٣. إسلام أحمد أحمد عثمان، فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية - بالمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية: دراسة تطبيقية على منصتي وزارتي الخارجية المصرية والأمريكية بموقع فيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، العدد ٢، المجلد ١٩، ٢٠٢٠.
٤. البغدادي محمد سعد، دور اللوبي الصهيوني في توجيه سياسة أمريكا الخارجية المعادية للعرب، مجلة القلعة، العدد ٨، ٢٠١٧.
٥. بلسم عبد الحسين، دور الإعلام الأمريكي في السياسات الخارجية، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، العدد ١٨، المجلد ٧، ٢٠١٤.
٦. حنان رزايقية، دور الإعلام في توجيه السياسة الخارجية الأمريكية وتضليل الرأي العام، أشغال المؤتمر الدولي: الإعلام ورهان التنمية فاس: مختبر اللغة والتواصل وتقنيات التعبير - كلية الآداب والعلوم الإنسانية ظهر المهرارز، ٢٠١٦.
٧. رويد أبو عمشة، وسائل الإعلام والرأي العام ومراكز الأبحاث الأمريكية ودورها في صنع سياسة الولايات المتحدة الأمريكية تجاه القضية الفلسطينية، مجلة القراءة والمعرفة، العدد ١٥٤، ٢٠١٤.
٨. عاطف عودة الرفوع، تحديات العولمة والإعلام المعاصر، حوليات آداب عين شمس، جامعة عين شمس - كلية الآداب، المجلد ٣٩، ٢٠١١.
٩. محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة الخارجية في عالم متغير، المؤتمر العلمي الثاني: الإعلام والقانون حلوان: كلية الحقوق، جامعة حلوان، ١٩٩٩.
١٠. مروة عبد الهادي ثابت، الخطاب الصحفي للصحافة الإلكترونية المصرية والأمريكية تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في عهد دونالد ترامب تجاه سوريا، المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق، المجلد ٢٥، ٢٠٢٢.
١١. مروة عبد الهادي ثابت، الخطاب الصحفي للصحافة الإلكترونية المصرية والأمريكية تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في عهد دونالد ترامب تجاه القضية الفلسطينية، المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق، العدد ٢٥، ٢٠٢٢.
١٢. ميمي عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والتأثير، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد ٢٤، الجزء ٢، ٢٠١٨.

١٣. هاجر ميزرة، التسويق الإلكتروني عبر الفيسبوك للبرامج التنموية الأمريكية بالجزائر ما بين الاتصال من أجل التنمية والدبلوماسية العامة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، العدد ٥، المجلد ١٠، ٢٠١٨.

١٤. هناء عكاشة طلبية إبراهيم، التغريدات الحكومية كأداة من أدوات السياسة الخارجية في إطار التحولات الدولية الراهنة: دراسة تحليلية على التغريدات الأمريكية الخليجية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ١٦، ٢٠٢١.

١٥. ياسر محجوب محمد الحسين، المحاولات الأمريكية لاختراق الرأي العام العربي: قناة الحرة أنموذجاً، مجلة دراسات دعوية، ع ١٧، ٢٠٠٩.