

## الباب الثاني

### وسائل الاتصال والحكومات

#### ● الفصل الثالث :

نظم الإعلام المعاصرة

#### ● الفصل الرابع :

ملكية وسائل الإعلام



## الفصل الثالث

### نُظم الإعلام المعاصرة

- نظم الإعلام في المجتمعات الشمولية .
- نظم الإعلام في المجتمعات الديمقراطية .
- نظام الإعلام في المجتمع الإسلامي .



## نُظْمُ الإِعلامِ في المِجتمعاتِ الشُموليةِ

المقصود بـ " المجتمعات الشمولية " في سياق حديثنا عن علاقتها بنظم الإعلام يدور حول علاقة حكومات هذه المجتمعات بالنظم الإعلامية السائدة فيها . ومنطلق هذه العلاقة يقوم على المحورين الآتيين :

١ - موقف الأنظمة السياسية الشمولية من حق المواطن في إنشاء وتملك الوسيلة الإعلامية

٢ - موقف هذه الأنظمة من طبيعة الممارسة الإعلامية والرقابة عليها .  
وعلى الرغم من أن هذين المحورين متداخلان ويؤثر كلاهما في الآخر - من وجهة نظر علمية أكاديمية صرفة - إلا أن الموقف السياسي يفصل بينهما فصلاً تاماً . فالمجتمعات التي تحكمها الأنظمة الشمولية وغالبها مجتمعات ما يسمى بـ «العالم الثالث» تتفاوت نظرتها إلى هذين المحورين ولكنها لا تخرج - في الغالب - عن المواقف الثلاثة الآتية :

١ - عدم السماح للمواطنين بتملك الوسيلة الإعلامية والمشتغلون في وسائل الإعلام الحكومية خاضعون لسياسات رقابية صارمة موجهة لخدمة النظام السياسي ولا تتيح مجالاً للنقد أو مساحة للمشاركة السياسية . وهذه فلسفة ذلك النوع من الأنظمة الشمولية التي ترى أن وسائل الإعلام يجب أن تكون لسان الدولة وخاضعة لسيطرتها . فهذا النوع من النظم الشمولية يرى « أن دور وسائل الإعلام يتمثل في تقديم دعم كامل لكل ما تقترحه الحكومة . وينظرون للإعلام باعتباره امتداداً للحكومة المركزية »<sup>(١)</sup>

(١) حسن إبراهيم مكي ، و. بركات عبدالعزيز محمد . « المدخل إلى علم الاتصال » ذات السلاسل ، الكويت

فهو إعلام تعبئة Mobilization مُوجّه يسير في خط متوازٍ مع النظام السياسي ويخدمه .

٢ - السماح للمواطنين بتملك وسائل الاعلام المطبوعة مثل الصحف والمجلات ، على أن تبقى الإذاعة والتلفزيون مملوكة للنظام السياسي وتحت إدارته ورقابته الذاتية ، باعتبار أنهما جهازان رسميان ما يبيث فيهما يعبر عن سياسة الدولة . ولا يعني ذلك حرية ممارسة العمل الإعلامي في الوسائل المطبوعة بعيداً عن رقابة الدولة . بل إن العاملين فيها خاضعون لأنظمة وقوانين تضبط العمل وتفرض الرقابة عليه . وهذه القوانين تخدم النظام السياسي ، وإن أعطت مساحة نسبية من حرية الرأي والتعبير فهي تعاني من الرقابة السياسية . وهذه الرقابة هي « من أعتى المشكلات التي تعاني منها وسائل الإتصال وتتمثل في تعطيل المطبوعات بعدم نشرها وتوزيعها . وبدلاً من أن تكون وسائل الاتصال هذه أدوات وقنوات للتعبير عن مشاركة الجمهور في الحياة العامة فإنها تصبح « صوتاً » رسمياً معبراً عما تريده السلّطة السياسية فحسب » .<sup>(١)</sup> وهذا النوع هو الغالب والسائد في المجتمعات النامية .

٣ - السماح للمواطنين بتملك وسائل الإعلام المطبوعة مع بقاء الإذاعة والتلفزيون تحت سيطرة النظام . وهذا النوع من النظم الإعلامية شبيه بالذي قبله ، إلا أن الفارق الجوهرى بينهما هو في مساحة الحرية المعطاة للصحفيين . إذ تتمتع وسائل الإعلام المطبوعة في هذا النوع من النظم بقدر من الحرية في ممارسة المهنة بعيداً عن الرقابة الصارمة التي تمنع الرأي الآخر أو تحول دون المشاركة الحقيقية للمواطنين في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام .

وهذا النوع موجود في الدول التي قطعت شوطاً كبيراً في التنمية والاستقرار الأمني، وهي قليلة العدد إذا ما قورنت بدول العالم الثالث الأخرى .  
ومن خلال بيان وإيضاح هذه النظم الإعلامية الثلاثة السائدة في المجتمعات الشمولية نجد أن قضية الرقابة الحكومية على وسائل الإعلام هي القاسم المشترك بينها ، سواء أكان ذلك في مسألة ملكية الوسيلة الإعلامية أم في طبيعة ممارسة مهنة الإعلام .

والرقابة على الإعلام ووسائله هي ما يفرق بين النظم الشمولية والنظم الديمقراطية . حتى وإن ادعت كثير من المجتمعات التي تحكمها النظم السياسية الشمولية شيئاً من الحرية في قوانينها الإعلامية « فإن الناظر إلى هذه القوانين يلحظ الفجوة الكبيرة بين ما هو نظري يوحى بأن هناك مساحة للحرية وبين ما هو مطبق في الواقع » <sup>(١)</sup> ولذلك فإننا لا نستطيع أن نصف علاقة الحكومة بوسائل الإعلام في المجتمعات الشمولية من خلال قوانين الإعلام والمطبوعات فيها .  
وبناءً عليه ، فإن تصنيف نظم الإعلام في المجتمعات الشمولية الذي ذكرناه آنفاً هو من قراءة الواقع والحقيقة وليس من خلال ما تتضمنه قوانين الإعلام فيها .

---

1) Rugh, William A. (1979). The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World . New York : Syracuse University Press, P.24.

## نظم الإعلام في المجتمعات الديمقراطية

مصطلحان رئيسان تقوم عليهما نُظُم الإعلام في المجتمعات الديمقراطية

هما:

١- مجتمع السوق Market Society .

٢- ومبدأ المشاركة Participation .

وهما مصطلحان متممان لبعضهما ، ومنهما تُستنبط كثير من المفاهيم الإعلامية السائدة في هذه المجتمعات .

ومعنى مجتمع السوق هو أن المجتمع يمثل سوقاً حرة للأفكار Marketplace

of ideas . والفلاسفة الليبراليون الذين أسسوا لهذا المصطلح في مجتمعاتهم

يقولون إن المجتمع لا بد أن يكون بمثابة السوق الحرة للأفكار . وما هو رديء

يصاب بالكساد ويضمحل . وهذا المفهوم ينطلق من الفرضية التي تقول : إن

المواطنين هم أعضاء قادرون على التمييز بين هذين النوعين .

ومعنى المشاركة Participation أن المواطنين هم أعضاء مشاركين في

العملية الديمقراطية .

ومن طرائق مشاركتهم الفاعلة ضمان حريتهم في التعبير عن كل ما له علاقة

بحياتهم الخاصة وكل ما له علاقة بشؤون المجتمع الذي يعيشون فيه بالوسائل التي

يريدونها .

ونلاحظ هنا أن هذين المصطلحين بينهما تشابه وتدرج . فأما التشابه فهو

في أن السوق الحرة للأفكار تعني حرية التعبير، وهذه الحرية هي نوع من المشاركة

في العملية الديمقراطية . وأما التدرج فإن المشاركة لا تكون فاعلة إلا إذا استقت مصادرها مما يعرض في هذه السوق من أفكار وآراء ووجهات نظر مختلفة أو متفقة .

ومن هذين المصطلحين أشتقت كثير من المفاهيم الإعلامية . فمن المصطلح الأول وهو « مجتمع السوق » تبنت السياسات الليبرالية نظماً إعلامية تكفل حرية تدفق المعلومات لهذا السوق : « المجتمع » ، ومن أبرزها رفع القيود الحكومية عن حرية تملك الأفراد لوسائل التعبير المختلفة . فكانت هناك الملكية الشخصية لمؤسسات الإعلام ، والملكية المختلطة ، وغيرها من أنواع الملكية التي منحت المواطنين حق التعبير وحرية الكلمة ، ورفع الرقابة عن النشر إلا في حدود ضيقة جداً ليس هذا مجال التفصيل فيها<sup>(١)</sup>

ومن مبدأ المشاركة Participation ظهرت مفاهيم إعلامية مرتبطة بوظائف وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية مثل مراقبة وسائل الإعلام للحكومة والمسؤولين ومحاسبتهم لتحقيق الصالح العام للمجتمع ، والتنشئة السياسية وهي وظيفة رئيسة من وظائف الإعلام في النظم الديمقراطية ، والتنشئة الاجتماعية ، وغيرها من الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام كنوع من المشاركة في العملية السياسية .

وعندما نستعرض مفاهيم الحرية التي تبناها أساتذة علم الاتصال في المجتمعات الديمقراطية نجدها تدور حول هذين المصطلحين : مجتمع السوق ومبدأ المشاركة . وكذلك نجدهم يتحدثون عن « مجموعة من الحقوق تخول الفرد ( القائم بالاتصال ) والمؤسسة الإعلامية لمزاولة العمل الإعلامي . من هذه

(١) راجع في هذا الكتاب : « ضوابط الحرية في الإعلام السعودي » للمؤلف ، ط ١ ، ١٤١٤ هـ ، ص ١١ - ١٢ .

الحقوق : حرية الرأي ، وحرية التعبير ، وحرية ملكية وسيلة الاتصال ، وحرية المشاركة السياسية ، وحرية التجمع ، وحرية مزاولة مهنة النشر والتوزيع بدون إذن مسبق للحصول على رخصة نظامية ( في الوسائل المطبوعة على وجه الخصوص ) والحماية القانونية للإعلاميين « .<sup>(١)</sup> . وحرية الإعلام في الحصول على المعلومات والاتصال بمصادرها .<sup>(٢)</sup>

ولذلك نجد أن الدساتير السياسية في المجتمعات الديمقراطية اشتملت على بنود كثيرة ضمنت هذه الحقوق للمواطن وصاغت نظمها الإعلامية في ضوئها .

(١) مرجع سابق ، ص ١١

(٢) انظر: Meyrowitz , Joshua. (1985). No Sense of Place. New York:

:Oxford University Press, p.18.

## النظام الاعلامي في المجتمع المسلم

نقول النظام الإعلامي في المجتمع المسلم، بصيغة المفرد لا بصيغة الجمع ، لأنه نظام واحد مستمد من منهج واحد لا مجموعة مناهج . وهذا المنهج ينطلق من قواعد الشريعة الاسلامية ومن مصادرها الأساسية مهما تنوعت هذه المجتمعات في جنسها ولغتها، وتباعدت في جغرافيتها .

وإن كنا نتحدثنا فيما مضى عن أنظمة الإعلام في المجتمعات الشمولية والديموقراطية، وقررنا أن هذه الأنظمة هي إفرزات وانعكاسات لأسس نظرية وفلسفية قامت عليها، فلا غرابة أن يكون النظام الإعلامي في المجتمع المسلم مرتبطاً « بمبادئ ومصالح معروفة المصدر والنسبة ، فلا وجه للغرابة إذا كانت تعاليم الإسلام لحمته وسداه» (١)

وإذ كان «الإعلام حتى في نشرات الأخبار وسوق الأحداث يكشف عن فلسفته ومذهبه وتقديره الخاص لما يكون ، وهو في مواد الثقافة والترفيه أيضا يضيفي لونه الخاص ، ويعمل في ذكاء لتذكير من ينسى وتعليم من يجهل» (٢)، فإن الإعلام الإسلامي ووسائله حين « تنهض بواجبها تفرس العقائد والعبادات التي تتبناها وتعلي شعاراً واحداً في برامجها ووسائلها كلها » (٣).

ولذلك فإن النظام الإعلامي الأمثل في المجتمع المسلم؛ هو الذي يصاغ بدقة

(١) محمد الغزالي، « النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات الانسانية » . بحث مقدم إلى اللقاء الثالث لمنظمة

الندوة العالمية للشباب الاسلامي، طبع ضمن أبحاث هذا اللقاء في الكتاب الذي أصدرته الندوة بعنوان :

«الإعلام الإسلامي والعلاقات الانسانية» . ط ١، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩، ص ٢٨٣

(٢) مرجع سابق .

(٣) مرجع سابق

وعناية، واضعاً أمامه جملة الأهداف الكبرى التي تنسجم مع روح الدين ومقاصد الشريعة، ومتحرراً من كل الأهواء والمصالح الفردية أو الحزبية أو الأطماع السياسية. وهو ما ينعكس بدوره على الممارسة الإعلامية التي لا بد أن « تصدر عن مبادئ أساسية تفرضها طبيعة الحق هي : العقيدة الصحيحة ، العلم ، الخلق ، الرحمة ، الجمال ، المحافظة على مصلحة الجماعة وأمنها واستقرارها ، ومراعاة حالة النفس البشرية والالتزام بمقاصد الشرع الحنيف وأحكامه »<sup>(١)</sup>

ومن أهم سمات هذا النظام الإعلامي، أنه إعلام «بناء وتحصين»<sup>(٢)</sup> أي بناء الإنسان وبناء الحياة في كل جوانبها، وتحصينه مما قد يعرض له من الآفات واللوثات الفكرية والسلوكية<sup>(٣)</sup>

فهو إعلام يجلب المنفعة للمسلمين ويدفع المضرة<sup>(٤)</sup>، عنهم وهي قاعدة أساسية من قواعد الدين الإسلامي، الذي تتظافر كل أنظمة المجتمع المسلم الدينية والسياسية والاقتصادية والإعلامية في تطبيقها والعمل بها .

والنظام الإعلامي في المجتمع المسلم هو جزء مكمل لأنظمة الدولة الإسلامية ومؤسساتها التي هي جهاز من أجهزة الدولة؛ تعمل وفق هذا المفهوم وتنطلق من تلك القاعدة . ورسالة الإعلام - حيثئذ - ينبغي أن تكون « جزءاً مكماً من استراتيجية التغيير الحضاري الذي تتعاقد لتحقيق أهدافه جميع مؤسسات المجتمع

(١) د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي. «دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية». دار المسلم للنشر والتوزيع، الرياض، ط١، ١٤١٦هـ، ص ١٨١.

(٢) د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي. «الإعلام الإسلامي، المفهوم والخصائص». دار المسلم للنشر والتوزيع، الرياض، ط١، ١٤١٦هـ، ص ٧٦.

(٣) مرجع سابق، ص ٧٩ - ٨٠

(٤) راجع في هذا تفصيلاً مفيداً عن رأي شيخ الإسلام ابن تيمية في الإعلام وتعريفه له في كتاب: «دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية» نذكر سيد محمد ساداتي الشنقيطي. مرجع سابق، ص ١٥٨ وما بعدها.

والدولة، بدءاً بالنظام السياسي الذي يمتلك قرار تفعيل الإرادة الشعبية وتوفير المناخ الملائم للتغيير والبناء وانتهاءً ببقية المؤسسات الإجتماعية التي ينبغي أن تضطلع بالمهام الملقاة على عواتقها، مثل النظام التعليمي، وأجهزة التوجيه الديني والاجتماعي، ودوائر التثقيف الفكري والسياسي والاجتماعي» (١)

ومن لوازم توفير المناخ الملائم للتغيير والبناء: أن يتجنب النظام السياسي احتكار الإعلام أو فرض الرقابة عليه، وإعطاء المواطنين فرصة للمشاركة في البناء الحضاري من خلال العمل الإعلامي الحر، بعيداً عن الرقابة إذا كانت الممارسة الإعلامية في بُعديها المادي والمعنوي في نطاق المباح الذي لا يتصادم مع أصل من أصول الدين أو يخالف قاعدة من قواعد الشريعة الإسلامية. وسنتحدث عن ذلك بالتفصيل في الفصل الآتي عندما نبحث في قضية ملكية وسائل الإعلام في الإسلام.

(١) د. عبدالقادر طاش. «الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي». مكتبة العبيكان، الرياض، ط١، ١٤١٦هـ-



## الفصل الرابع

### ملكية وسائل الإعلام

- مدخل
- ملكية وسائل الإعلام في النظم الشمولية
- ملكية وسائل الإعلام في النظم الديمقراطية
- ملكية وسائل الإعلام في الإسلام



## مدخل :

تخصيص فصل مستقل عن ملكية وسائل الإعلام ضرورة لا بد منها، ونحن نتحدث في هذا الباب عن العلاقة بين وسائل الاتصال والحكومات ، لأن نوع وطبيعة ملكية الوسيلة الإعلامية - سواء كانت خاصة أو حكومية - يحدد لنا القياس التقريبي للمساحة الفاصلة بين الممارسة الإعلامية والنظام السياسي .

وما من شك في أن ملكية الوسيلة الإعلامية من حيث نوعها وطبيعتها يؤثر على الوسيلة ذاتها - في بعدها المادي والتقني إيجاباً أو سلباً - ، وعلى توجهات وإستراتيجيات القائمين بالاتصال ، وعلى الرسالة ذاتها .

وأنواع هذا التأثير كلّها تتفاوت وتختلف باختلاف طبيعة ملكية الوسيلة الإعلامية . وشرح ذلك وبيانه وتفصيله يأتي في مضمون هذا الفصل ، الذي يتناول ملكية وسائل الإعلام في النظم الشمولية والديموقراطية وفي الإسلام .

## ملكية وسائل الإعلام في النظم الشمولية

تبين من خلال حديثنا السابق عن علاقة وسائل الإعلام بالسلطة في النظم الشمولية أن هذه الوسائل الإعلامية خاضعة لرقابة الدولة وتعمل تحت سيطرتها، انطلاقاً من فلسفتها السياسية التي ترى أن كل ماله علاقة بوسائل التأثير والتغيير في المجتمع يجب أن يكون في يد الحكومة وتحت سيطرتها . ومن الطبيعي والحالة هذه أن تكون ملكية وسائل الإعلام تابعة للدولة حتى تخدم هذه الفلسفة وتنفذها . ولو قدر في مثل هذه الأنظمة السياسية الشمولية أن تكون ملكية خاصة لوسائل الإعلام فإنها تكون تحت رقابة النظام السياسي « من خلال سنّ القوانين الصارمة التي تحكم طبيعة الممارسة الاعلامية »<sup>(١)</sup> فالنقد الإعلامي المباشر للحكومة ولنهجها وطريقة سياستها للمجتمع وأفراد الشعب محرم لأن وسائل الإعلام - طبقاً لهذه الفلسفة - « يجب عليها أن تدعم الحكومة وتساندها . وإذا ما أخل القائمون على الوسيلة الإعلامية بهذا الشرط فان ممتلكاتهم ستكون عرضة للمصادرة . أما المحررون والكتبة فإنهم قد يودعون السجن لمخالفتهم هذه الفلسفة »<sup>(٢)</sup>

هذا في حالة الصحافة المطبوعة ، أما الإذاعة والتلفزيون فإنهما وسيلتان تابعتان للحكومات ولا يسمح للمواطنين بحرية تملك أو إنشاء أو حتى المساهمة في إنشاء أي منهما .

إن ملكية وسائل الإعلام في النظم السياسية الشمولية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً

1) Hiebert, Ungurati, & Bohn. (1985). Mass Media IV: An Introduction to Mass Communication . New York , Longman, p.37

(٢) مرجع سابق

بالفلسفة التي تقوم عليها هذه النظم . والحكومات التي تنطلق من هذه الفلسفة ترى أن دور وسائل الاعلام يتمثل في « تقديم دعم كامل لكل ما تقترحه الحكومة ، وينظرون للإعلام باعتباره امتداداً للحكومة المركزية ، ويبررون هذا الرأي بقولهم إن إعلاماً غير مدرب وشعباً أمياً غير متعلم في معظمه لا يمكن أن يكون أداة لبناء أمة مستقرة ، وإن وسائل الإعلام الغربية التي يباهي البعض بحريتها ما هي إلا وسائل لترويج المادية والنزعة الاستهلاكية » (١)

وإذا كانت النظم الشمولية سائدة في معظم دول العالم ، وبخاصة دول ما يسمى « بالعالم الثالث » فإن وجودها يتأكد في الدول العربية التي تكون معظم الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية - فضلاً عن الإذاعة والتلفزيون - مملوكة للدولة وتتحدث رسمياً بسياساتها ، أو على الأقل الصحف الفاعلة في الوطن العربي تتحدث رسمياً باسم أنظمتها السياسية . وعلى هذا أصبحت العلاقة بين الحكومة والصحف « علاقة تعاونية » (٢) . والدول العربية التي تسمح بالملكية الخاصة للوسيلة الإعلامية تشترط حكوماتها الترخيص المسبق لاصدار الصحف والمجلات . وهذا يتيح للسلطات الحاكمة فرصة التحكم المطلق في الترخيص ، وسحب الترخيص كيف ومتى تشاء إضافة إلى ذلك؛ فإن معظم الحكومات العربية تطبق نظم الرقابة المباشرة وغير المباشرة والتي تحول دون تقديم مواد من شأنها أن تتعارض مع سياسة النظام . كما أنها تسيطر على مصادر المعلومات فتسمح بما تريد وتحجب ما تريد . (٣)

(١) حسن إبراهيم مكي ، وبركات عبدالعزيز محمد . المدخل إلى علم الاتصال . ذات السلاسل؛ الكويت ،

ط ١ ، ١٩٩٥ ، ص ٢٦٥ . . بتصرف يسير

(٢) مرجع سابق ، ص ٢٦٨ .

(٣) مرجع سابق ، ص ٢٦٩

وهكذا نجد أن ملكية وسائل الإعلام في هذا النوع من النظم السياسية لا تخرج عن أمرين :

الأول : أن تكون ملكية جميع وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية تابعة للدولة ، مادياً وفكرياً .

الثاني : أن تسمح الحكومات بالملكية الخاصة للأفراد والمؤسسات في مجال الوسائل الإعلامية المطبوعة بعد الحصول على التراخيص اللازمة لذلك . لكن هذه الوسائل وإن كانت مادياً لا تتبع الحكومة ولكنها خاضعة لقوانين الحكومة في طبيعة العمل والممارسة ، وتسير معها في خطين متوازيين ليست بينهما مساحة للنقد والاختلاف في الرأي ، لأن هذه الوسائل قبلت بشروط إصدار التراخيص التي تخدم فلسفة الدول والحكومات .

## ملكية وسائل الاعلام في النظم الديموقراطية

يتمتع المواطنون في النظم الديموقراطية بحرية تملك الوسائل الإعلامية للقادرين على إنشائها وإدارتها وتشغيلها طبقاً لبنود الدساتير التي ضمنت لهم هذا الحق . ففي الولايات المتحدة - مثلاً - ليست هناك قيود على إنشاء صحف أو محطات للإذاعة والتلفزيون يملكها فرد أو مجموعة أفراد ، فقد ضمن الدستور الأمريكي حرية الرأي والتعبير بأية وسيلة يراها المواطن .

بل إن حرية التملك وإبداء الرأي والتعبير تجاوزت قضية الملكية الشخصية لوسائل الإعلام إلى إنشاء جمعيات ومنظمات نشطة تدافع عن أصحاب هذه الوسائل أو العاملين فيها أمام الكونجرس والقضاء وأمام الرأي العام إذا ما حاولت الحكومة التضييق على المؤسسات الإعلامية ، مثل منظمة الإذاعيين الوطنية -Na-tional Association of Broadcasters، ومنظمة منتجي الصور المتحركة The Motion Pictures Producers Association ومنظمة ناشري الصحف الأمريكية American Newspaper Publishers Association ، وغيرها من المنظمات الأخرى التي تكون على مستوى المدينة أو الإقليم أو الدولة، والتي حملت على عاتقها الدفاع عن العاملين في الحقل الإعلامي أمام أي تدخل حكومي يحد من حرية الممارسة الإعلامية أو حرية الرأي .<sup>(١)</sup>

ونستطيع أن نصنف أنواع ملكية وسائل الإعلام في المجتمعات الديموقراطية - وبخاصة في الولايات المتحدة ودول أوروبا الغربية - إلى ثلاثة أنواع رئيسة هي :

**أولاً : الملكية العامة Public Ownership**

بمعنى أن تكون بعض وسائل الإعلام مملوكة للدولة . وهذا النوع قليل جداً ،

1) Hiebert, Ungurait, & Bohn.(1985) Mass Media IV.P. 155-156.

بل إن وسائل الإعلام التي تكون ملكيتها تابعة للدولة ليس لها تأثير في داخل المجتمع وتكاد تنحصر في وسائل الإعلام الدعائي الموجه خارج الحدود . فالحكومة الفيدرالية تملك إذاعة صوت أمريكا في واشنطن، والإذاعات التي تتبع قواعد الجيش الأمريكي في أماكن متفرقة من العالم<sup>(١)</sup> .

ونستثني من دول أوروبا الغربية فرنسا فيما يتعلق بملكية حكومتها لمحطات التلفزيون فقط . فالحكومة الفرنسية تملك وتشغل كل محطات التلفزيون في فرنسا حتى عام ١٩٨٦م عندما وافقت على إنشاء قناتي تلفزيون تجاريتين . وكانت هاتان المحطتان تسيران في الاتجاه المعارض للحزب الاشتراكي الذي يتزعمه الرئيس الفرنسي السابق فرانسوا ميتران . أما المحطات الرئيسة الثلاث القديمة فكانت تؤيد الحزب الاشتراكي . وعلى الرغم من خسارة الاشتراكيين في انتخابات عام ١٩٨٧م إلا أن الحكومة الجديدة وجدت صعوبة بالغة في إقناع هذه المحطات التلفزيونية الثلاث بتأييد برامجها ومشروعاتها السياسية ، . ولذلك لجأت الحكومة الجديدة ( حكومة المحافظين ) الى إلغاء تراخيص العمل التلفزيوني التي سبق وأن حصل عليها المؤيدون للحزب الاشتراكي ومنحها لأعضاء حزب المحافظين ، كما أجرى تغييرات جذرية في مناصب المدراء العاملين لهذه المحطات الحكومية الثلاث حيث عين مدراء تابعين للحكومة الجديدة<sup>(٢)</sup>

### ثانياً : الملكية المختلطة Simipublic Ownership

الملكية المختلطة هي مزيج من الملكية الخاصة والعامة ( الحكومية ) فيما يتعلق بالدعم المالي ، والبث البرامجي ، وتشغيل محطات الإذاعة والتلفزيون . وهناك ما

1) Graber.(1992) Mass Media and American Politics , p.36.

(٢) مرجع سابق ، ص ٣٥

يقارب من ٢٥٪ من محطات التلفزيون الأمريكية تشترك في النظام الإذاعي العام Public Broadcasting System . وبلغ عدد المحطات التلفزيونية غير التجارية التي اشتركت في هذا النظام عام ١٩٨٧ م ٣٩٤ محطة تلفزيونية و ٢٩٦ محطة إذاعية غير تجارية ، تبث موجاتها على FM . وقد اتحدت هذه المحطات الإذاعية تحت تنظيم أطلق عليه « الإذاعة الوطنية العامة ( NPR ) - National Public Radio (١)

وفي هذا النوع من الملكية يبدو أثر الشركات الكبرى واضحاً في التأثير والتوجيه البرامجي ، لأنها تقدم أضعاف الدعم المالي الذي تقدمه الحكومة للمحطات الإذاعية والتلفزيونية . بل إن كثيراً من البرامج التي تعرض في فترات البث الرئيسية Prime-time Programs ، تمولها بالكامل الشركات التجارية، وهو ما يجعلها عرضة للتحكم المباشر والتوجيه من قبل هذه الشركات

### ثالثاً : الملكية الخاصة Private Ownership

الملكية الخاصة لوسائل الإعلام لها أشكال وصور متعددة تكاد تكون موجودة في أغلب المجتمعات الديمقراطية ، وبخاصة في الولايات المتحدة ودول أوروبا الغربية .

وإذا ما أخذنا الولايات المتحدة الأمريكية كنموذج في هذا السياق؛ نجد أن صور الملكية الخاصة لوسائل الإعلام لا تكاد تخرج عن الأشكال التالية: (٢) .

١ - الملكية الشخصية المستقلة Individual ownership : وهي أن يكون هناك شخص أو شركة تملك امتياز وسيلة إعلامية محددة ، كأن تكون

(١) مرجع سابق ، ص ٣٩ - ٤٠

(٢) مرجع سابق ، ص ٤١ - ٤٢ .

صحيفة ، أو محطة إذاعة، أو محطة تلفزيون . وهذا النوع هو أقل أنواع الملكية الشخصية شيوعاً وانتشاراً في النظم الديمقراطية الغربية .

٢ - الملكية المشتركة Multiple ownership : وهي أكثر الأنواع شيوعاً في المجتمعات الديمقراطية عامة . وصورتها أن يكون هناك مجموعة أشخاص أو شركات خاصة تملك مجموعة متعددة من وسيلة إعلامية محددة ، كأن تكون مجموعة صحف ، أو مجموعة محطات إذاعية ، أو مجموعة محطات تلفزيونية . ومثال ذلك أن تملك مجموعة الأشخاص أو الشركات ٣٠ أو ٤٠ صحيفة من الصحف اليومية الصادرة في الولايات المتحدة، والتي يقارب عددها ٢٠٠٠ صحيفة أو تملك ٥٠ محطة إذاعة FM من مجموع إذاعات هذا النوع في الولايات المتحدة والتي يقارب عددها ٤٠٠٠ إذاعة .

٣ - الملكية المتنوعة Crossmedia ownership : وهي امتلاك مجموعة أشخاص أو شركات أكثر من وسيلة إعلامية . كأن يتحدد امتياز الأشخاص أو الشركات لمجموعة صحف ومحطات تلفزيونية ، أو مجموعة محطات تلفزيونية وإذاعية ، وهكذا .

ولا شك أن هذا النوع من ملكية وسائل الإعلام هو أكثر أنواع الملكية الشخصية نفوذاً في التأثير وبخاصة إذا كان محصوراً في إقليم محدد ، إذ يتولى القائمون على هذه الوسائل توجيه مضمونها للتأثير في سكان هذا الإقليم وإخضاعه لتوجهاتهم ومصالحهم الخاصة .

٤ - الملكية المختلطة Conglomerates : وهي أن يملك مجموعة أشخاص أو شركات وسائل إعلامية إضافة إلى أنواع أخرى من العمل

التجاري ليست لها صلة بالممارسة الإعلامية . ومثال ذلك يتضح في شركة جنرال إليكتريك General Electric (شركة أمريكية متخصصة في إنتاج الأجهزة الكهربائية) ، إذ تملك وسائل إعلامية متعددة ، ومصانع لإنتاج الأجهزة الكهربائية ، ومقاولات عامة ، وغير ذلك من أنواع العمل التجاري البحث .

## ملكية وسائل الإعلام في الإسلام \*

ملكية وسائل الإعلام في المجتمع الإسلامي هي نوع من أنواع النشاط الاقتصادي الذي طرأ على المجتمعات الإسلامية في العصور المتأخرة، ولم يرد في حكمها نص صريح يحدد القول الفصل في موقف المسلم منها . ولكن هذا النوع من النشاط الاقتصادي - كغيره من أنواع النشاطات الاقتصادية الأخرى التي استجدت وظهرت في الأزمنة المتأخرة - له أصل في قواعد الشريعة هو مما يقاس على ما يماثله من أنواع الملكية في الإسلام ، وتشمله قواعد الشريعة العامة التي تنظم نشاط الكسب والتجارة .

وفي هذا السياق سنتحدث عن ملكية وسائل الإعلام في الإسلام من خلال محورين رئيسين هما : الأصل الشرعي للملكية الوسيلة الإعلامية ، وضوابط هذه الملكية .

### أولاً : الأصل الشرعي للملكية الوسيلة الإعلامية :

ونعني به تتبع حكم مزاوله هذا النشاط الاقتصادي في الشريعة الإسلامية ومعرفة الأصول الشرعية والقواعد الفقهية التي تميز هذا النوع من النشاط الاقتصادي في المجتمع المسلم . ومن خلال هذا التتبع « التأصيلي » لمسألة ملكية وسائل الإعلام نجد أن مشروعية مزاوله هذا النوع من النشاط الاقتصادي تنطلق من الأصول والقواعد التالية :

( \* ) بعد الفراغ من تحرير مضمون هذا العنوان عرض على فضيلة الأستاذ الدكتور عبد الله المطلق رئيس قسم

الفقه المقارن بالمعهد العالي للقضاء بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وأجازه بعد مراجعته وتنقيحه

بتاريخ ١٥/٧/١٤١٧هـ الموافق ٢٥/١١/١٩٩٦م .

١ - قاعدة « أن الأصل في الأشياء الإباحة »، فالتملك من حيث هو عمل ونشاط إنساني مباح . وقد حث الإسلام على العمل والإنتاج والمشاركة في بناء المجتمع المسلم ، أياً كان نوع هذا العمل وذلك الإنتاج ما دام كسباً مباحاً ولا يتعارض مع أحكام الشريعة، ويعود على الفرد والمجتمع بالمنفعة العامة .

وكما أن من حق الفرد المسلم في مجتمعه المسلم أن يزاول التجارة بالمال عن طريق الصرافة وغيرها من الأنشطة الاقتصادية الأخرى، فإن له الحق أيضاً في تملك وسائل الإعلام وممارسة العمل الإعلامي في إطار الشرعية التي تنظم حياة المجتمع المسلم .

وملكية وسائل الإعلام - حتى وإن كان الهدف منها الريح المادي البحت هي تجارة قد أباحها القرآن الكريم إذا لم تكن أكلاً للمال بالباطل : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴾ [٢٩] . [النساء : ٢٩] .

﴿ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ ﴾ [الجمعة : ١٠] ، فكيف إذا كان الهدف من ملكية الوسيلة الإعلامية هو الدعوة إلى الله ونشر الإسلام وتبليغ الرسالة ؟ لا شك أن ذلك من باب أولى .

والخلاصة أن ملكية وسائل الإعلام إذا كان المقصود منها التكسب فذلك أمر مباح بناء على قاعدة أن الأصل في الأشياء الإباحة، وإن كان المقصود بيعها وشراؤها والإجارة بها فإن ذلك مباح أيضاً لأن الأصل في العقود والشروط الإباحة .

٢ - أن وسائل الإعلام تقوم بوظيفة نافعة للناس وتؤدي عملاً مهماً في نشر المعلومات بأنواعها، والناس يحتاجون إلى ذلك ويبذلون في سبيله الأوقات

والأموال . وتهيئة هذه الخدمة للناس وتقديمها لهم بأجر هو مشمول بما أقرته الشرائع السماوية في عقد الإجارة، وقد وردت النصوص الشرعية من الكتاب والسنة تجيز ذلك كما في قصة موسى عليه السلام مع الرجل الصالح .<sup>(١)</sup>

٣ - أن ملكية وسائل الإعلام في المجتمع المسلم نوع من أنواع الاستخلاف . ومفهوم هذا الاستخلاف يعني أن الانسان استخلفه الله في الأرض وسخره ما عليها ليستعمله في طاعته . ﴿ وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ ۗ ۝٥٥﴾ [النور : ٥٥] .

ويقول تعالى :

﴿ وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۗ ۝١٦٥﴾ [الأنعام : ١٦٥] .

ويقول عز وجل :

﴿ ثُمَّ جَعَلْنَاكُمْ خَلَائِفَ فِي الْأَرْضِ مِنْ بَعْدِهِمْ لِنَنْظُرَ كَيْفَ تَعْمَلُونَ ۝١٤﴾

[ يونس : ١٤ ] .

وانطلاقاً من مفهوم هذه الآيات وتأسياً بها « يكون الاستخلاف وارداً على تلك الأشياء التي سخرها الله للانسان، ووجب عليه أن يباشر فيها حق الملك بكل ما يؤدي إليه من استعمال واستغلال وتصرف حتى لا يتعطل المال عن أن يؤدي دوره في إقامة حياة الناس وحتى لا يتقاعس الناس عن تحصيل منافعهم وتحقيق مصالحهم في الحياة » .<sup>(٢)</sup>

(١) عبد الله المطلق، مقابلة شخصية في المعهد العالي للقضاء بتاريخ ١٥/٧/١٤١٧هـ .

(٢) د. عبد الحميد البعلي . الملكية وضوابطها في الإسلام . مكتبة وهبة ، القاهرة ، ط ١ ، ١٤٠٥ هـ ،

وملكية وسائل الإعلام هي حق وهبه الله للإنسان وسخره له تثبت به علاقة بين الإنسان وبين هذا الشيء المسخر تقتضي تكليفاً شرعياً . وهذا الحق يجب أن يكون موافقاً لقواعد الشريعة الإسلامية وأحكامها . وإذا ما تقرر الحق للإنسان فإن علاقته بذلك الشيء المسخر له أو المقرر له عليه حق يثبت ويقوم إذا ما استعمل الإنسان وسائل الحصول عليه أو إلى الأسباب المكسبة لهذا الحق . وهنا يتحول الحق من حالة تقرير الى حالة حركة؛ تثبت بمقتضاها علاقة شرعية تخول صاحبها سلطة أو تكليفاً شرعياً<sup>(١)</sup>

ولذلك نجد أن طبيعة ملكية وسائل الإعلام والعمل فيها تتحقق فيها أكثر من وسيلة من وسائل الاستخلاف ومنها :<sup>(٢)</sup>

١ - العمل ، باعتباره حلقة الاتصال بين الملك وما خلقه الله وسخره للإنسان .

٢ - المال ، المسخر للإنسان .

٣ - التقوى ، وهي أساس يشمل العنصرين السابقين وفق منهج الاستخلاف . وهو أساس معنوي يقاس بنتائجه المادية . وقد جاء الربط بين التقوى كأساس عقدي وبين الإنتاج كمظهر مادي في آيات كثيرة منها قوله تعالى :

﴿ وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ  
وَالْأَرْضِ ﴾ (٩٦) [الأعراف : ٩٦] .

﴿ وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا .. ﴾ (١٢٤) [ طه : ١٢٤ ] .

(١) - (٢) د. عبد الحميد البعلي . الملكية وضوابطها في الإسلام .

مرجع سابق .

﴿ إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَاجِلِيًّا يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴾ [ ٢٩ : فاطر ] .

ثانياً : ضوابط الملكية :

النظام الاقتصادي في الإسلام لا يقوم على إلغاء الملكية الفردية كما هو الحال في النظام الاشتراكي الإقطاعي الذي يقول : إن الدولة هي التي تملك وسائل الإنتاج وتكفل بتلبية احتياجات المجتمع . والنظام الاقتصادي الإسلامي لا يقوم أيضاً على مبدأ الحرية المطلقة في التملك ، وممارسة العمل في وسائل الإنتاج المادي والفكري – أيأ كان نوع هذه الوسائل – مهما تعارض ذلك مع مصلحة الفرد ومع المصلحة العامة لأفراد المجتمع .

إن النظام الاقتصادي في المجتمع المسلم هو نظام وسط بين هذا وذاك . فالملكية مقيدة بما فيه مصلحة الانسان وحماية الأمة ، وهي تنطلق من القاعدة الشرعية « لا ضرر ولا ضرار » . وإذا كانت الممارسة الاقتصادية في المصارف المالية – مثلاً – أو في أي نوع من أنواع التجارة والنشاط الاقتصادي المباح قد يصدر منه ضرر يلحق بطائفة من أفراد الأمة ويلحق الأذى بالآخرين فإن الأخذ بالقاعدة الأصولية « لا ضرر ولا ضرار » يتعين بشكل أكبر إذا كانت الملكية تتعلق بوسائل الإعلام وذلك لسببين رئيسين :

أولاً : إن مضمون وسائل الإعلام ذو علاقة بالعقل والفكر الإنساني حيث يتخطى حدود المادة ليصل إلى عقيدة الأمة وفكرها . والضرر الذي قد يصدر منها – إذا أسيء استخدامها – أشدّ خطراً من الضرر المادي .

ثانياً : إن وسائل الإعلام لها قدرة كبيرة على الوصول إلى قطاع عريض من جماهير المسلمين وأفراد الأمة ، حيث يتجاوز مالك الوسيلة الإعلامية

دائرة الضرر على نفسه إلى مجموع الأمة . ومعنى ذلك أن أي خلل عقدي أو فكري يصدر من هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك سيؤثر حتماً على هذه الجماهير . وقد جاءت الشريعة الإسلامية بقواعد تنبثق من القاعدة الأصل « لا ضرر ولا ضرار » مثل :

- ١ - الضرر يدفع بقدر الإمكان .
- ٢ - يتحمل الضرر الخاص لدفع الضرر العام
- ٣ - درءُ المفسد مقدم على جلب المصالح .

ولذلك فإن الإسلام مَنَحَ المسلمين حرية التملك ، وحرية العمل ، وحرية التجارة، وحرية مزاولة النشاط الاقتصادي المادي والفكري ما دام ذلك كله متمشياً وموافقاً لتعاليمه ومنسجماً مع آدابه .

أما إذا تجاوز ذلك فإن الإسلام أعطى ولي الأمر أو من ينوب عنه صلاحية التدخل لمنع هذا التجاوز بما تتحقق به مصلحة المسلمين . وفي ذلك يقول ابن تيمية رحمه الله : « إن جميع الولايات في الإسلام مقصودها أن يكون الدين كله لله وأن تكون كلمة الله هي العليا، فالله سبحانه وتعالى إنما خلق الخلق لذلك، وبه أنزل الكتب، وبه أرسل الرسل ، وعليه جاهد الرسول والمؤمنون » (١)

وتحقيقاً لمفهوم الولاية ومبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فإن من أهم مسؤوليات ولي الأمر في المجتمع المسلم رفع الظلم وإشاعة العدل تحقيقاً للمصلحة ودفعاً للضرر . ومن شواهد ذلك : الحجر على أموال السفهاء، وبيانه : أن الرجل إذا أساء التصرف في ملكه وماله ولحقه ضرر، أو لحق بذريته أو بطائفة من المسلمين فإن الشارع أمر بالحجر على أمواله أو ممتلكاته حفاظاً عليها وحماية له ،

(١) الحسبة في الإسلام، ص ٤ ..

ودفع الضرر عنه وتحقيقاً لمصلحة غيره ممن لحقه ضرر أو أذى .  
والأمثلة في هذا الباب كثيرة تضيق عن الحصر ، والشاهد منها أن لولي الأمر  
أو من ينيبه حق التدخل في الملكية بالشروط التي جاء بها الإسلام، واتفق عليها جمهور  
المسلمين . وملكية وسائل الإعلام هي نوع من أنواع الملكية المشروعة والمقيدة بالضوابط  
التي تحقق مصلحة الفرد والمجتمع . ومراقبة هذه الملكية وما ينتج عنها ودفع ضررها  
- إن حصل منها ذلك - يتوجب بشكل أكبر نظراً لأن الأذى الذي قد يصدر منها  
أشد وأعظم من غيرها من وسائل الإنتاج المادي والفكري وأنواع الأنشطة الاقتصادية  
الأخرى .