مقدمة

يبحث هذا الكتاب فى العلاقة بين الإعلام والسلطة، ويحاول أن يكشف عن القوانين التى تحكم هذه العلاقة مستخدماً منهجاً علمياً يقوم على اعتبار أن الإعلام والسلطة ظواهر اجتماعية يمثل كل منهما جانباً من جوانب الشخصية الإنسانية، ويتتبع المؤلف تطور هذه العلاقة عبر مراحل التاريخ المتعاقبة، راصداً طبيعة العلاقة بينهما مع اختلاف النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية ودرجة التطور الحضارى التى شهدتها المجتمعات الإنسانية.

وتطبيقاً لهذا المنهج، يعالج الكتاب فى الفصل الأول: العلاقة بين الإعلام والسلطة من خلال تحديد دقيق لكل من مفهومى السلطة والإعلام، أما الفصل الثانى فيعالج: إعلام السلطة وهو الشكل الأول الذى اتخذته العلاقة بين الإعلام والسلطة؛ حيث قام الإعلام بدور الأداة للسلطة من خلال تبريره لوجودها ومنحها المشروعية والإشادة بمنجزاتها والتنديد بخصومها بحيث أصبحت وظيفة وسائل الإعلام أقرب إلى الدعاية منها إلى الإعلام. ويعالج الفصل الثالث الإعلام المقاوم للسلطة وهو الشكل الثانى للعلاقة بين الإعلام والسلطة؛ ففى مواجهة إعلام السلطة فى النظم السلطوية يظهر تلقائياً الإعلام المعادى للسلطة القائمة فى المجتمع حيث يقوم بالتشكيك فى شرعيتها والطعن فى سياساتها وأعمالها والسعى لإزالتها بهدف إقامة سلطة جديدة. ويعالج الفصل الرابع: الإعلام المراقب للسلطة، وهو الشكل الثالث من أشكال العلاقة بين الإعلام والسلطة، حيث يقوم الإعلام بمراقبة السلطة ومحاسبتها، ويرتبط ظهور هذا الشكل بنمو الاتجاهات الديموقراطية فى المجتمع وتزايد تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية، ويعالج الفصل الخامس: سلطة الإعلام، وهو الشكل الرابع للعلاقة بين الإعلام والسلطة وهو يظهر بفعل النمو الكبير لمساحة الديموقراطية فى المجتمع، والتطور المتعاظم

لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتغير مفهوم السلطة فى المجتمع المعاصر بحيث لم تعد تقتصر على سلطة الحكومة وحدها أو على السلطات الثلاث التقليدية، التنفيذية والتشريعية والقضائية، وإنما اتسع نطاقها لتشمل كافة القوى التى تمارس دوراً فى اتخاذ القرار سواء بشكل مباشر أو غير مباشر مثل الأحزاب السياسية، والنقابات المهنية والعمالية والرأى العام ووسائل الإعلام وبقية منظمات المجتمع المدنى.

ومن خلال الفصول الخمسة السابقة ينتهى المؤلف إلى رؤية تنظر إلى السلطة باعتبارها القوة أو القوى التى تهيمن على أية جماعة بشرية وتدير شئونها بصرف النظر عن تعدد أشكال هذه السلطة أو تنوع تصنيفاتها ومستوياتها أو اختلاف أيديولوجياتها، كذلك تنظر إلى الإعلام باعتباره عملية تبادل الأنباء والمعلومات والآراء والأفكار داخل أى مجتمع إنسانى كما يشمل أيضاً سائر مضامين ومخرجات وسائل الاتصال ويخلص المؤلف إلى أن التأثير فى الآخر بين السلطة والإعلام كان متبادلاً، خاصة أن ظهور أحدهما فى المجتمع الإنسانى ترافق مع ظهور الآخر، وكانت العلاقة بينهما تقوم على الندية فى بداية نشوء الحياة الاجتماعية للبشر، ولكن طبيعة هذه العلاقة سرعان ما تغيرت واختلت موازينها حينما جنحت السلطة إلى الهيمنة على شئون الجماعة، وكان من بين ما هيمنت عليه الإعلام، وهنا ظهر القانون الأول الذى يحكم العلاقة بين الإعلام والسلطة وهو: "وجود ارتباط وثيق بين وجود سلطة مطلقة فى مجتمع ما، وبين قيام الإعلام فى هذا المجتمع بدور الأداة التى تبرر وجود هذه السلطة وتدعم شرعيتها وتزود عنها ضد خصومها ومنافسيها، وبذلك يتحول الإعلام إلى دعاية".

ويلاحظ أن المجتمعات التى عرفت إعلام السلطة، عرفت فى الوقت ذاته الإعلام المناوئ للسلطة، هنا نصل إلى القانون الثانى الذى يحكم العلاقة بين الإعلام والسلطة وهو: "عندما يصبح الإعلام السائد فى مجتمع ما، هو إعلام السلطة، فلابد أن يوجد فى الوقت ذاته الإعلام المناوئ للسلطة القائمة".

وبظهور الأنظمة الديموقراطية مع مطلع القرن التاسع عشر خاصة فى بعض دول غرب أوربا والولايات المتحدة الأمريكية تغيرت طبيعة السلطة؛ حيث تحولت

من سلطة مطلقة إلى سلطة مقيدة تنبع من الإرادة الشعبية، كما ترافق ذلك تاريخياً مع ظهور الإعلام الجماهيرى وقد أضاف هذا التطور قانوناً ثالثاً يحكم العلاقة بين الإعلام والسلطة وهو: "عندما تتعدد قوى السلطة فى مجتمع ما، وتستمد هذه القوى وجودها من الإرادة الحرة للمواطنين، لا يعود الإعلام أداة فى يد سلطة واحدة، إنما يصير أداة لسلطات متعددة فى المجتمع؛ بحيث لا يقتصر دوره على الدفاع عن السلطة الحاكمة، وإنما يمتد دوره ليكون أداة للسلطات الأخرى فى نقد ومراقبة السلطة الحاكمة ومحاسبتها".

وفى الربع الأخير من القرن العشرين حدثت ثورة الاتصال والمعلومات، وأخذ دور وسائل الإعلام ـ كسلطة مستقلة ـ يتعاظم بالتدريج فى المجتمعات الديموقراطية الحديثة، وظهر القانون الرابع الذى يحكم العلاقة بين الإعلام والسلطة وهو: "وجود علاقة وثيقة بين التطور الحديث فى تكنولوجيا الاتصال والإعلام وبين نمو الطابع المؤسسى لوسائل الإعلام، كما أن هناك علاقة وثيقة بين نمو التعددية السياسية فى المجتمع الديموقراطى وبين تزايد استقلال وسائل الإعلام عن السلطة، وأن الارتباط بين كل من الطابع المؤسسى والمستقل لوسائل الإعلام يؤدى إلى تحول الإعلام إلى سلطة مستقلة قائمة بذاتها بين سلطات المجتمع الديموقراطى الحديث".

ومن خلال القوانين الأربعة نصل إلى النظرية العامة التى تحكم العلاقة بين الإعلام والسلطة وهو: "أن النظام الإعلامى فى مجتمع ما ليس سوى تعبير عن النظام السياسى والاجتماعى والاقتصادى السائد فى هذا المجتمع".

وعلى ضوء هذه النظرية يعالج الفصل السادس من الكتاب: العلاقة بين الإعلام والسلطة وأثرها على النظم الإعلامية، وبعد استعراض الأدبيات العلمية التى تناولت موضوع النظم الإعلامية يقترح المؤلف نموذجاً مطوراً يقوم على أساس وجود نظامين إعلاميين فقط هما النظام الإعلامى السلطوى والنظام الإعلامى الديموقراطى، ثم يقترح المؤلف نموذجاً لتحليل وتقييم النظم الإعلامية يقوم على وجود تسعة معايير عامة، إضافة إلى خمسة وثلاثين مؤشراً لتحليل وتقييم النظام

الإعلامى السلطوى وستة عشر مؤشراً لتحليل وتقييم النظام الإعلامى الديموقراطى.

وفى الفصل السابع من الكتاب يعالج المؤلف: الإعلام والسلطة فى الوطن العربى من خلال تطبيق رؤيته النظرية التى قدمها فى الفصول السابقة وينتهى إلى وجود "جزر ديموقراطية فى محيط سلطوى".

وفى الفصل الثامن والأخير يعالج المؤلف العلاقة بين الإعلام والسلطة فى مصر؛ حيث يستعرض أبعاد هذه العلاقة فى تاريخ مصر القديم والحديث مركزاً على الفترة التى تبدأ بثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ حتى اليوم، ومنها يخلص إلى القول بأن أى تقييم موضوعى لتطور النظام الإعلامى المصرى منذ ثورة يوليو حتى الآن يؤكد أن هذا النظام أخذ مع بداية الثورة فى التشكل كنظام إعلامى سلطوى، وظل كذلك طوال الخمسينات، وفى الستينات ارتدى معطفاً اشتراكياً لم يلغ عنه هويته السلطوية، وبعد انتصار أكتوبر ١٩٧٣ حتى أكتوبر ١٩٨١ أصبح نظاماً مختلطاً تتجاور فيه بعض السمات السلطوية مع بعض السمات الديموقراطية مع غلبة السمات السلطوية، أما فى الفترة من أكتوبر ١٩٨١، وحتى الآن فمازال الطابع العام للنظام الإعلامى المصرى يغلب عليه طابع النظام الإعلامى المختلط أيضاً، وإن لوحظ زيادة السمات الديموقراطية عن السمات السلطوية.

ويرى المؤلف أن النظام الإعلامى المصرى بظروفه الموضوعية وتراثه التاريخى مؤهل لأن يقدم نموذجاً لنظام إعلامى ديموقراطى قابل لأن يحتذى فى المنطقة العربية، ولن يتم ذلك إلا بعد أن يتخلص هذا النظام من السمات السلطوية الباقية، وهو الأمر الذى دفع المؤلف لأن ينهى الكتاب باقتراح رؤية لإصلاح الإعلام المصرى كفيلة إذا تحققت بأن تجعل النظام الإعلامى المصرى نظاماً ديموقراطياً يليق بمصر ويستحقه المصريون.

فاروق أبو زيد