

البث للصالح العام : التحول من سيطرة الدولة إلى الخدمة العامة

Prof. Dr. Steven Barnett

د. الأميرة سماح وأ. إيمان طاهر

تحتاج خدمات البث العام، أو خدمات الصالح العام - إن جاز التعبير - لتوافر بيئة بعينها تقوم على أربعة محددات، هي: أن تكون خدمات طويلة المدى، عوضاً عن الاهتمامات الطارئة أو المؤقتة، وأن تكون ذات مرجعية وخلفية مجتمعية، بحيث تتبع من المناخ النفسى والثقافى والسياسى لأية أمة، وأن تمتلك روح الثبات والمقاومة للقوى السياسية التى قد تسعى للتقليل من شأن هذه الجهود لأى سبب من الأسباب، وأخيراً أن تمتلك القدرة على مقاومة المنافسين التجاريين الذين قد يسعون إلى تهميش وتقليل أثر مثل هذه الخدمة.

وسعيًا لتحقيق هذه الأهداف، يجب أن تأخذ بيئة بث الخدمة العامة الناجحة في الاعتبار أهم ثلاثة جماعات من "أصحاب المصلحة"، وهى:

١ - المواطنون (لضمان مستوى ثقتهم/ وقرب المضمون إليهم):

من أهم ما ينبغى توافره من شروط في خدمات البث العام أن يقتنع المواطنون بأن القائمة بالاتصال في هذه النوعية من الخدمات جديرون بالثقة، وذو صلة بهم وبقضايا حياتهم اليومية، ولتحقيق ذلك يجب على القائمين على الإعلام العام مراعاة الآتى:

١ - أن تكون المعلومات والتقارير دقيقة ونزيهة، ولا يشوبها أى تحيز سياسى أو أيديولوجى متعمد.

٢- على القدر نفسه من الأهمية لا بد من ضمان ألا تخدم المادة الإعلامية - أيًا كان نوعها - الأجندات السياسية أو التجارية أو المصالح الخاصة لمالكي وسائل الإعلام.

٣- أن يتم الاعتراف - طوعًا - بأية أخطاء أو معلومات غير دقيقة أو مغلوطة وتصحيحها.

٤- أن يتم التعامل مع شكاوى المشاهدين والمستمعين أو مستخدمي الإنترنت بنزاهة وشفافية ووفقًا للإرشادات وإجراءات الشكاوى المعمول بها.

٥- أن يتمكن جميع المواطنين من المشاركة والتواصل دون رقابة أو وساطة، الأمر الذى يعزز من مناخ حرية الرأى والتعبير عن الذات.

٦- ألا يسمح بإهانة أو التقليل من شأن الأقليات أو الأفراد عبر تصوريهم بشكل سلبى.

٧- وأخيرًا أن يشعر جميع المستخدمين - سواء فى التليفزيون أو الإذاعة أو الإنترنت - بالارتباط والانتماء لخدمة البث، ويؤمنوا أنها تخدم "الناس أمثالهم" كما ينبغى.

٢- منتجوا المضامين الإعلامية (الفرصة والحماية) :

يجب أن يضمن منتجوا المضامين الإعلامية أن لديهم الفرصة الكافية، والأجور المناسبة لإنشاء برنامج أو محتوى عبر الإنترنت ذى جودة عالية، ووفقًا لمعايير الشفافية المتعارف عليها فى الممارسات المهنية المختلفة للتحريير، ولتحقيق ذلك يجب على المذيعين والقائمين على العمل بهذه المحطات ضمان الآتى:

١- أن يتم تأسيس ميثاق تحريرى واضح للسلوك وتنفيذه، الأمر الذى

يحدد ويعرف بدوره محددات الإبداع المهنى والتوقعات الصحافية.

٢- ضمان التشجيع العلنى للابتكار والإبداع والطموح، والأهم هو

الحق فى الفشل.

٣- تطبيق جميع المواثيق وأطر الممارسة المهنية على جميع تخصصات البرامج، وليس الصحافة فقط.

٤- تطوير ثقافة تعزيز النزاهة والإنصاف وتجويد العمل والتمثيل الصحيح للأقليات.

٥- ضمان توافر الحماية القانونية، سواء من الدولة وتدخل الملاك، أو حتى على مستوى نزاهة المواثيق القانونية.

٣- مجموعات النخبة (الاحترام والطمأنينة):

ينبغي على السياسيين المنتخبين، وزراء الحكومة وأحزاب المعارضة، فضلاً عن قادة الرأي الأبرز كالقضاة والقوات المسلحة، أن يشعروا بالاطمئنان بأن بيئة البث مسئولة، ولكن يجب أيضاً احترام استقلالها، حتى عندما تتعارض مع المحتوى التحريرى، ولتحقيق ذلك يجب استيفاء عدد من الشروط، أهمها:

١- تقديم الضمانات الدستورية التشريعية التى يحتاجها المذيعون والصحفيون لضمان حمايتهم من التدخل السياسى.

٢- يجب أن تتلاءم هذه الآليات مع البيئة الدستورية والمناخ العام للأمة.

٣- يجب أن تكون أية ترتيبات دستورية جديدة تبعث على الثقة فى السياسيين ومجموعات النخبة، من منطلق التأكيد على أن النظام يخضع للمساءلة الديمقراطية.

٤- يجب على هذه الجماعات فى المقابل احترام هذه الترتيبات، وليس السعى إلى تقويضها.

وتنطبق الشروط السابقة على كل من السياسيين المنتخبين والوزراء والزعماء الدينين والمعلمين والقضاة وكبار أعضاء الجيش وقوات الشرطة.

وتبقى الكيفية التى يمكن من خلالها التوفيق بين حق المساءلة السياسية مع ضمان الاستقلال والحرية كأحد أهم الأغراض لجميع أنظمة البث، وخاصة فى الديمقراطيات الناشئة.

ويظل الأسلوب الأمثل لاحتضان أصحاب المصلحة الثلاثة سالفه الذكر، هو تنفيذ خمس مهمات إستراتيجية أساسية هى كالتالى:

- ١- وضع مبادئ واضحة لبث الخدمة العامة.
 - ٢- تطبيق هذه المبادئ على النظام ككل وليس بث الخدمة العامة فقط.
 - ٣- التفكير بشكل خلاق بشأن أساليب التمويل.
 - ٤- إنشاء نظام تنظيمى قوى.
 - ٥- تعزيز الخدمة العامة لا تهميشها.
- وتلقى الصفحات التالية مزيداً من الضوء على المهمات سالفه الذكر.

١- وضع مبادئ واضحة لبث الخدمة العامة:

وضع مرّ بث الخدمة العامة عبر عدد لا يُحصى من المحاولات التى سعت لتعريفه وإعادة تعريفه فى الديمقراطيات الناضجة، وربما كانت المحاولة البريطانية هى أهم وأشهر المحاولات، خاصة فى شكلها الأخير والتى ظهرت للنور عام ٢٠٠٥م تحت اسم "أوفكوم" (Ofcom)، وفى هذه المحاولة تم وضع أربعة أهداف لبث الخدمة العامة فى بريطانيا، وهى فى مجملها قابلة للتطويع والتبنى لتتواءم مع المتطلبات الثقافية والديمقراطية فى الدول الأخرى، وهذه الأهداف هى:

- ١- إعلام أنفسنا والآخرين، وزيادة فهمنا للعالم من خلال المعلومات والأخبار وتحليل الأحداث الجارية والأفكار.
- ٢- إثارة اهتمامنا ومستوى معارفنا بالفنون والعلوم والتاريخ وغيرها من الموضوعات من خلال المحتوى الذى يمكن الوصول إليه، ويمكن أن يشجع على التعلم غير المباشر.
- ٣- تقديم هويتنا الثقافية وتعزيزها من خلال تقديم البرامج ذات الطابع البريطانى الأصيل، وعلى المستوى الوطنى والإقليمى قد

تعمل ل هـ ذه الب رامج
- فى بعض الأحيان - على تحفيز الجماهير للترابط وتقاسم الخبرات
معاً.

٤- أن يجعلنا على معرفة بمختلف الثقافات ووجهات النظر، من خلال
البرامج التى تعكس حياة الناس وغيرها من الطوائف الأخرى، سواء
داخل المملكة المتحدة أو أية أماكن أخرى غيرها.

٢- تطبيق هذه الآليات على النظام الإذاعي ككل وليس مجرد محطة إذاعية بعينها:
هناك افتراض خاطئ بأن محطات الخدمة العامة والإعلام الممول
تمويلًا عامًا يعنيان الشيء نفسه، وواقع الأمر أنهما ليسا كذلك، فالإعلام
الذى يتم تمويله تمويلًا عامًا هو إعلام خاضع للمساءلة المجتمعية، أما
إعلام الخدمة العامة فله فلسفة مختلفة تجعله مرتبطًا بمبادئ الديمقراطية
والمحاسبة أكثر من كونه مرتبط بآليات السوق سعيًا لتحقيق مجموعة
من الأهداف، أهمها:

- يمكن تطبيق التزامات بث الخدمة العامة على القطاع التجارى، فى مقابل
بعض المزايا مثل حرية الحصول على مساحات من الأثير، وقد تتضمن هذه
الالتزامات التمويل المناسب فى أوقات الذروة للخدمة الإخبارية أو برامج
الأطفال الموجهة لأطفال البلد الأصليين.
- ينبغي على جميع المذيعين الاعتماد على حد أدنى من البرامج المنتجة محليًا،
وبالتالى تقليل مستوى الاعتماد على البرامج المنتجة بالخارج، وخصوصًا من
الولايات المتحدة، وهو ما يضمن من ناحية أخرى تعزيز الثقافة الوطنية.
- من الحوافز الأخرى التى يمكن أن تُقدم لقطاع الخدمات التجارية الحصول
على نطاقات أكبر من الأثير للخدمات الإذاعية عالية الجودة، أو الحصول على
ميزات إنتاج البرامج بتقنيات التكنولوجيا المتقدمة.
- لا يجب على الإعلام الممول من المال العام أن يكون مملوكًا للقطاع الخاص؛
فعلى الرغم من أن القناة الرابعة فى المملكة المتحدة تُمول من القطاع الخاص

الإنجليزى، إلا أنها مملوكة للقطاع العام، وتعمل على مبادئ الخدمة العامة التى حددها البرلمان.

- من النماذج الممكنة لأنماط ملكية الإعلام الممول تمويلًا عامًا الصناديق الخاصة أو الملكيات المشتركة (الشركات المساهمة)، وهى نماذج أثبتت فعاليتها بشكل خاص فى مبادرات المجتمعات المحلية، مثل الإذاعة المحلية.

٣- تطوير هيكل تنظيمى قوى وفعال:

لا قيمة لبرامج الخدمة العامة بمعزل عن إطار تنظيمى يضمن المراجعة والتدقيق، وربما هذا هو العنصر الأكثر صعوبة، ولكنه الأكثر ضرورة لأطر عمل الخدمة العامة؛ إلا أن الإطار التنظيمى هنا ذو طبيعة إيجابية، بمعنى أنه يعمل على تشجيع مضامين وبرامج بعينها لخدمة الصالح العام، فى الوقت نفسه ينأى عن الجانب السلبي الذى يعنى أن المحتوى لا يتنافى مع المعايير العامة مثل الذوق واللياقة.

- ينبغى على أى كيان تنظيمى أن يتمتع بسلطة برلمانية، وأن يتمتع بالموارد الكافية، كما يجب أن يكون هناك نظام للمساءلة أمام البرلمان، وأخيرًا يجب أن يطالب كبار الموظفين بوجه خاص بدرجة من احترام صناعة الإعلام.
- لا بد أن تُقنن هذه الالتزامات التنظيمية بشكل واضح يضمن ألا تكون أفعالها تعسفية أو غير عادلة، بل يجب أن تتأصل فى أطر واضحة يضعها البرلمان.
- ينبغى أن يكون جزءًا أساسيًا من هذه الالتزامات مهمة جمع البيانات العادية، وذلك عن طريق استخدام أساليب القياس التجريبية الشفافة والموثوق بها والمتفق عليها.
- ينبغى أن تشمل - ولكن ليس بالضرورة أن تكون محدودة - ساعات الاستشار فى الإنتاج الأصلى، والتنوع البرامجى، وحجم الجمهور وتركيباتهم، واتجاهات الجمهور ومدركاتهم، وعدد الساعات المخصصة للأخبار والبرامج الإعلامية.
- ينبغى إعطاء اهتمام خاص للاستثمار فى الإنتاج والمعلومات وتكوين الجمهور أثناء ذروة المشاهدة والاستماع، وسهولة الوصول عبر الإنترنت.

- ينبغي وضع معايير التحرير على أساس من المشاورات مع أصحاب المصلحة،
وينبغي تحديثها بانتظام.

- وأخيرًا في حال عدم الوفاء بالالتزامات التنظيمية، لا بد أن يوقع على هذه
الخدمات مجموعة من العقوبات، تبدأ من الغرامات والتحذيرات، وتنتهى
عند مصادرة رخص البث.

وهكذا يصبح الإطار التنظيمى الفعال ضمانة حيوية لتحقيق تلك
الأغراض العامة أو المدنية التى هى حلول قد يعجز السوق الحر عن
تنفيذها أو قد يكون غير مهياً لها وفقاً لقواعده.

ولا يقتصر هذا التحليل على صناعة الثقافة فحسب، ولكن يمكن أيضاً أن يُطبق
على مجالات أخرى من مجالات الحياة العامة التى قد يغرقها التوجه السوقى دون
الاهتمام بالصالح العام للأفراد.

ومن أبرز مؤيدى هذا التوجه والأكثر إقناعاً "روبرت رايش"، وزير الدولة
السابق فى حزب العمل فى عهد الرئيس "بيل كلينتون"، وأستاذ السياسة العامة فى
"بيركلي"، والذى قال مؤخراً:

"لقد أصبحت الأسواق الآن مهتمة بشكل كبير بالاستجابة للرغبات الفردية، من
خلال تقديم أفضل العروض، ولكنها سيئة للغاية فى الاستجابة لأهداف جماعية نود
أن نحققها معاً.

وتضغط الشركات للحصول على أرباح، فى حين أن هناك حاجة
لاتخاذ إجراءات أكثر صرامة لحماية الصحة العامة والسلامة
والبيئة، وحقوق الإنسان ضد احتمال كون المسؤولين التنفيذيين عرضة
للضغط لقطع نقاط التواصل بين الجميع.

٤- التفكير الخلاق بشأن أساليب التمويل:

تمثل مشكلة الحصول على موارد وعائدات واحدة من القضايا الأكثر
صعوبة فى مجال الخدمة العامة، سواء لمحطات الخدمة العامة، أو

للمحافظة على مستوى برامج خدمة الجمهور من خلال القنوات الممولة تجاريًا، والتي قد لا توفر عوائد تجارية ممتازة، (وبالتالى تكون أقل جاذبية إلا إذا أعيد هيكلتها، وانفق عليها بسخاء)، وتقدم لنا الخبرات الدولية مجموعة من الاحتمالات والمداخل الممكنة فى هذا الشأن منها:

- قد تكون رسوم التراخيص المنزلية وسيلة جيدة للتمويل فى بعض البلدان، وإن كانت ليست الخيار الوحيد ولا بالضرورة هى الأسلوب الأمثل، خاصة فى الديمقراطيات الناشئة.
- قد تكون هناك طرق أخرى أكثر قبولاً، منها فرض ضريبة عامة للأسرة التى تتمتع بخدمات الإذاعة، من خلال إضافتها على فواتير المرافق العامة مثلاً، أو على شكل ضريبة مبيعات صغيرة، أو ضرائب إضافية على التبغ والكحول... إلخ.
- خيار آخر يتمثل فى دمج كافة الأساليب معاً من خلال إدخال رسوم التراخيص، مع النظام المختلط والإعلانات، وهو ما يقلل من الأعباء المنزلية، ويحد من سيطرة الإيرادات القادمة من القطاع التجارى.
- قد تفرض رسوم للحصول على النطاق من قبل الشركات التجارية، رغم أن هذا يقلل من مجال فرض التزامات البرامج التى قد تكون أقل ربحية.
- قد تفرض ضريبة صغيرة على مقدمى خدمات الإنترنت (ISP) أو مشغلى الهاتف المحمول؛ لأنهم يستفيدون من الوصول إلى عملائهم لخدمات البث، (وقد تم مؤخراً تنفيذ هذا فى كل من فرنسا وإسبانيا).
- وبالنظر لنفسه، يمكن فرض ضريبة صغيرة على النطاق المحلى وكوسيلة لزيادة العائدات من المستهلكين ومقدمى خدمات الإنترنت (ISP).
- معظم دول الاتحاد الأوروبى تفرض ضريبة على أجهزة التسجيل — مثل تيفو، وسكاي بلس، ومسجلات دى فى دى وغيرها — على أساس أن الدافع الأساسى وراء بيعها أو تأجيرها هى جاذبية المواد المذاعة.
- هناك تأييد متزايد داخل أوروبا لتوليد الرسوم من محرك البحث أو مجمع

الأخبار مثل (جوجل وياهو)، على أساس أنهم يستقون الأخبار والمعلومات من وكالات الأنباء الكبرى، وهم فقط يعيدون تدويرها.

وبالطبع ستثير مثل هذه المقترحات اعتراضات واسعة ليس فقط من الناحيين، ولكن من اللاعبيين الكبار في السوق أيضًا الذين سوف يشكون من أن العبء المالى سيضعف الطلب على خدماتهم، وبالتالي يضعف الاقتصاد، وسيتم تضخيم هذه الاعتراضات من قِبَل جماعات المصالح الصحفية التى قد تعترض لأغراض الملكية أو لتحقيق طموحاتها الخاصة في مجال البث.

تساهم التصورات السابقة لتوفير الموارد المادية الكافية بشكل كبير في تعزيز الهوية الوطنية والتاريخ واللغة والثقافة والتنوع الدينى، فضلاً عن ترسيخ الديمقراطية الجديدة، وبعبارة أخرى فإن ما قُدم بشأن تمويل محطات الخدمة العامة سوف يسهم في إرساء أسس ديمقراطية سليمة وثقافة مستقبلية، تُبرز أهمية الاستثمار في التعليم والصحة والدفاع وهى الرسالة التى من الصعب أن تنقل إلى المشرعين (والواقع أثبت عدم جدوى ذلك بالفعل خلال المناقشات التى جرت مؤخراً في المملكة المتحدة) لكنها حيوية لدعم القضية بقوة وبشكل متكرر.

٥- ترسيخ مبادئ الإذاعة العامة.

القناة أو المحطة الممولة من القطاع العام (سواء كان تمويلًا جزئيًا أو من خلال الإيرادات التجارية) يجب أن يكون ذا خلفية ثقافية واسعة بشأن الأحوال المعيشية اليومية لمستعميه ومشاهديه ومستخدمى الإنترنت.

- وهكذا ينبغي له أن يقدم مجموعة من البرامج التى تروق لقطاع واسع من الأذواق والاهتمامات وتقديم "شئ للجميع"، من كوميديا الموقف، إلى الدراما الشعبية، ومجموعة متنوعة من البرامج الرياضية والأفلام الوثائقية، وبرامج الفنون والأخبار.

- ينبغي كذلك لما يُقدم من مضامين أن تشتمل على كافة المواضيع التى تهم مختلف الجماعات الإقليمية والعرقية والدينية والديموجرافية، وإن كان لا ينبغي أن يُنظر إليها على أنها من اختيار المذيع المثقف فقط؛ حيث ينبغي الاهتمام بفئات الشباب والمجتمعات الريفية والأقليات الدينية ذات المستويات التعليمية الضعيفة،

حيث يجب أن يشعروا أنهم في سمع وبصر العاملين بهذه المحطات.

- لا ينبغي أن تتردد محطات الإعلام العام على الإطلاق من تبنى كل ما هو شعبي، وأن تنافس للحصول على ترتيب، وسط الكم الهائل من المحطات والبرامج، فهناك دائماً مجال للمضمون الذي يتمتع بشعبية بلا خجل، مع تجنب التسطيح أو الإثارة التي يمكن أن تميز أحياناً التلفزيون التجاري.

- أحد الأمثلة المهمة في هذا الشأن هي هيئة الإذاعة البريطانية التي كانت في طليعة الكوميديا البريطانية الجديدة في السبعينات، وبدأت مسلسلاً جديداً في الثمانينيات، وما زالت تعرض برامج ترفيهية شعبية في أوقات الذروة حتى الآن.

- يجب على قناة الخدمة العامة أن تكون على دراية وخبرة كبيرتين بالكيفية التي يمكن من خلالها ضمان توافر الموارد واستمرارها، وأن هذه الأمور عادة ما تكون حساسة للتغيرات في الذوق العام للجمهور، فضلاً عن ضرورة ضمان أن تكون شديد الحساسية لمزاج وذوق جمهور المستخدمين؛ فكلما زاد حجم هذا الجمهور، كلما ضمنت هذه النوعية من المحطات الحماية من التدخل السياسي، عملاً بالقاعدة: إذا كان الجمهور يحبك لا يستطيع السياسي أن يلمسك.

- تتعدد النماذج الدولية للقنوات الممولة من القطاع العام التي لم تستجب بالكامل لمثل هذه المقترحات ما جعلها تعيش الآن على هامش الحياة الوطنية مثل: (ABC) في أستراليا، و(CBC) في كندا، و(PBS) في الولايات المتحدة؛ حيث تتضاءل باستمرار معدلات متابعتها من قبل المشاهدين، خاصة أمام منافسة المحطات التجارية الأخرى.

وبناء على ذلك، رُفِضت هذه المحطات في كثير من الأحيان، استناداً إلى الاعتقاد بأنها بعيدة عن التيار السائد في بلدانها، وأنها بالكاد تؤثر في نوعية النقاش الديمقراطي السائد في هذه البلدان أو على المساعدة في خلق شعور بالهوية الوطنية المشتركة، فضلاً عن كونها غير ذات أهمية من الناحية الثقافية.

ومن ثم يتعرض العاملون بهذه النوعية من الخدمات باستمرار لتخفيضات في مصادر تمويلهم، وهو ما يجعلهم عاجزين عن الوقوف أمام قرارات الحكومة الساعية لتقليل ميزانياتهم.

وتشكل هذه التخفيضات فى ميزانيات هذه المحطات جزءاً من حلقة مفرغة، تبدأ عند تضائل الأموال المخصصة للاستثمار فى مجالى المواهب الفنية والبرمجة، وتنتهى عند تراجع شعبية المحطة والعاملين بها، وتهميش أدوارهم فى المجتمع، هذا النموذج من نماذج إذاعات الخدمة العامة، والتى تصل فى النهاية لكونها مؤسسة ضعيفة التمويل، وضعيفة التأثير فى السياسة العامة للحياة فى البلدان التى تعمل بها، وهو نتيجة طبيعية لتطبيق ما يُعرف عادة باسم نظرية "فجوة سوق البث"، وهى النظرية التى تتبناها الأسواق الحرة بشدة مع اقتناعها باستثناءات قليلة جداً، من منطلق أن السوق هو المكان العالمى لتلبية الطلب الخاص والعام، وقد طُبّق هذا المبدأ فى الولايات المتحدة على سبيل المثال من قِبَل الانتماء الفكرى والأيدىولوجى للمجتمع، وتزايد تبنيه فى الدول الأوروبية، إلا أن الخبرة العملية فى هذا الشأن تدلنا على أن مثل هذا النهج يحوى العديد من المخاطر على المستوى الثقافى أو الاقتصادى.

وهكذا فإن نشأة مثل هذا النوع من المحطات بناء على اقتصاديات مختلطة المصادر، ما بين مصادر تمويل تجارية، وأخرى تمويل عام، ووضع إطار تنظيمى قوى لمثل هذه النوعية من الخدمات يقدم أفضل التصورات الممكنة لحماية حرية التعبير والتنوع، وتعزيز الهوية الوطنية، ولاسيما فى الديمقراطيات الجديدة والناشئة.

- 1- *Ofcom's Second Public Service Broadcasting Review (Phase One: The Digital Opportunity)*, Ofcom, April 2008, p19.
- 2- Robert Reich, *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*, p.126.